



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

OS VIDEOJOGOS INDIE COMO FORMA DE EXPRESSÃO AUTORAL:
CRIATIVIDADE, ESTILO E SIGNIFICADO

Tese apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Doutor em Ciência e Tecnologia das Artes -
especialidade em Arte Interativa

Por João Domingos Pinho Alves de Sousa

Sob orientação de Carlos Sena Caires

ESCOLA DAS ARTES

(março, 2016)

Agradecimentos

Concluir com sucesso um programa de Doutorado que toma forma física através da redação desta tese não foi uma tarefa fácil e, por isso, quero deixar a minha palavra de apreço a algumas das pessoas que me auxiliaram neste percurso:

Aos autores de videojogos que me marcaram e influenciaram a seguir por esta área de trabalho e de investigação. Poderia referir diversos nomes que, de certa forma, me acompanharam da infância à vida adulta mas destaco dois: Shigeru Miyamoto pela sua importância na indústria e por se manter fiel às suas origens com videojogos que nos fazem sorrir; Jonathan Blow, por despertar o desejo por videojogos que não nos deixem indiferentes.

Agradeço ao Pedro Mendes pela amizade, companhia e trabalho conjunto desenvolvido na Imaginary Labs assim como ao Gustavo Areias, Simão Carvalho, João Rui Braga, Leslie Martins e restantes parceiros no desenvolvimento de novos projetos.

Ao Professor Doutor Carlos Sena Caires pela sua orientação eficaz e ponderada. Aos meus pais por me incentivarem e apoiarem a seguir o percurso de investigação e uma carreira académica. À minha esposa Ana Luísa que esteve sempre comigo nas horas de maior e menor motivação e sem a qual não seria possível a conclusão deste percurso. Dedico este trabalho a eles e também aos meus filhos pois tudo que fiz não foi só por mim mas também por eles.

Resumo

Este projeto de investigação tem como objeto de estudo os videojogos independentes, também conhecidos como Videojogos *Indie*, a partir dos quais avaliamos o seu potencial como forma de expressão autoral. A pesquisa realizada visa responder à seguinte questão: quais são as condições necessárias para considerar os Videojogos *Indie* uma forma de expressão autoral? Esta questão engloba uma série de subquestões que esta investigação procura responder e clarificar: desde uma revisão da definição do conceito de videojogo *Indie* até ao que se entende por autor de videojogos. Neste sentido, o plano de trabalhos passa, numa primeira fase, pela realização de uma revisão bibliográfica aprofundada que contextualize os conceitos investigados e permita uma proposta de definição própria - partimos da revisão do conceito de atividade lúdica e de jogo para uma revisão histórica dos videojogos tendo por foco o papel dos seus criadores independentes. Numa segunda fase, pelo estudo do conceito de autor nas suas múltiplas relações com formas de expressão externas aos videojogos, apontando uma plausível adaptação do conceito para os videojogos *Indie*. Feito este estudo e delimitada a nossa área de investigação, conseguimos definir aquelas que nos parecem ser as condições necessárias à confirmação de uma forma de expressão autoral nos videojogos independentes. A terceira parte deste projeto de investigação descreve um estudo estatístico realizado a partir dos videojogos finalistas e vencedores do *Independent Games Festival*, segundo a categorização dos seus prémios a concurso. Este estudo visa a compreensão e confirmação da existência de características fundamentais em videojogos independentes reconhecidos e premiados. Tais características podem ser descritas nas três condições que consideramos necessárias à expressão autoral: criatividade, estilo e significado. Um inquérito avaliou a perceção pública, mais generalista, relativamente a estas questões.

A parte final desta tese incide sobre um estudo empírico no qual é abordada a criação de um estúdio de videojogos independente e o desenvolvimento de três videojogos com uma aproximação progressiva ao pressuposto do conceito de videojogo independente como forma de expressão autoral.

Abstract

This research project aims at studying the independent video games, also known as Indie Games, from which we evaluate their potential as a means of authorial expression. The research made aims to answer the following question: what are the necessary conditions to consider Indie Games as a form of authorial expression? This issue includes a series of sub-questions that this research seeks to answer and clarify: from a review of the definition of Indie video game up to what is meant by a videogames author. In this sense, the work plan goes by, initially, conducting a thorough literature review to contextualize the investigated concepts and allow a proposal of its own definition - we start with the review of the concept of ludic activity, and game for a historical review of videogames with a focus on the role of its independent creators. In a second phase, by the study of the concept of author in its multiple relationships with forms of expression external to video games, pointing a plausible adaptation of this concept to Indie games. From this study and having delimited our research area, we are able to define those that seem to be the necessary conditions for the confirmation of a form of authorial expression in independent video games. The third part of this research project describes a statistical study from the video game finalists and winners of the Independent Games Festival, according to the categorization of the awards in competition. This study aims at the understanding and confirmation of key features in recognized and awarded independent video games. Such characteristics can be described in three conditions that we consider necessary to authorial expression, creativity, style and meaning. A survey was made to evaluate a more general public perception on these issues.

The final part of this thesis focuses on an empirical study in which is discussed the creation of an independent video games studio as well as the development of three video games with a progressive approach to the assumption of the concept of independent video game as a form of authorial expression.

Índice

Agradecimentos	III
Resumo	IV
Abstract.....	V
Índice	VII
Índice de Figuras	X
Índice de Tabelas	XVII
Índice de Esquemas	XVIII
Introdução.....	1
Motivação da investigação	3
Questão principal	10
Metodologia e organização da tese.....	11
1ª Parte: O videojogo Indie	15
1. O que é um videojogo?	17
1.1 Conceito de atividade lúdica e jogo	18
1.2 Conceito de videojogo	22
1.2.1 O interface, o jogador e o videojogo.....	24
1.3 História e evolução dos videojogos	29
1.3.1 Novas oportunidades na distribuição digital	36
1.3.2 Novas oportunidades nos dispositivos móveis	40
2. O que é um videojogo Indie?	44
2.1 As várias culturas Indie	44
2.2 Definição de videojogo Indie	48
2.3 A cultura dos videojogos Indie.....	52
Conclusões da 1ª Parte: O videojogo Indie	57
2ª Parte: A expressão autoral nos videojogos Indie	61
3. O autor de videojogos.....	63
3.1 O conceito de autor	63
3.2 O autor/es de videojogos e os videojogos de autor.....	67
3.3 Segmentação nos videojogos	78

4. A arte de fazer videojogos autorais	87
4.1 A criatividade	92
4.1.1 Inovação	94
4.1.2 Experimentação artística	95
4.2 O estilo	99
4.2.1 A jogabilidade	101
4.2.3 Narrativa	109
4.3 O Significado	115
4.3.1 Impacto Pessoal	116
4.3.2 Impacto Sociocultural	120
Conclusões da 2ª Parte	122
 3ª Parte: Estudo Estatístico.....	129
5. Reconhecimento Público.....	131
5.1 Formulação do inquérito	131
5.2 Justificação das questões	133
5.3 Análise dos dados	135
5.3.1 Grupo 0 - Perfil do inquirido.....	135
5.3.2 Grupo 1 - Videojogos Indie	138
5.3.3 Grupo 2 - Jogabilidade e narrativa Indie.....	144
5.3.4 Grupo 3 - Estética Indie	148
5.3.5 Grupo 4 - Análises individuais	151
5.3.6 Grupo 5 - Estudo Comparativo	170
5.3.7 Grupo 6 - Autores de videojogos	175
5.4 Conclusões do Reconhecimento Público	178
6. Valorização crítica nos videojogos Indie	180
6.1 Critérios de amostragem	180
6.2 Análise de dados	184
6.2.1 Melhor Design (<i>Excellence in Design</i>).....	184
6.2.2 Melhor Estilo Gráfico (<i>Excellence in Visual Art</i>)	188
6.2.3 Melhor Som (<i>Excellence In Audio</i>)	190
6.2.4 Excelência Técnica (<i>Technical Excellence</i>).....	192
6.2.6 Prémio de inovação (<i>Nuovo Award</i>).....	197
6.2.7 Prémio do Público (<i>Audience Award</i>).....	199

6.2.8 Grande Prémio (<i>Seumas McNally Grand Prize</i>).....	201
6.3 Conclusões da análise estatística <i>IGF</i>	203
Conclusões da 3ª parte	206
 4ª Parte: Estudo Empírico	209
7. A criação Indie – Estudo Empírico	211
7.1 O Estúdio Indie RtW Imaginary Labs.....	217
7.2 Free that Fish – um videojogo criativo.....	220
7.3 <i>Guts</i> – um videojogo com um estilo distinto	233
7.4 <i>On the Memory Lane</i> – um videojogo autoral.....	241
Conclusões do Estudo Empírico	251
 Conclusão	257
Bibliografia.....	271
Apêndices	301
Apêndice 1 – Inquérito Videojogos Independentes	303
Apêndice 2 –Inquérito de Comparação FPSs	317
Apêndice 3 – Dados da análise ao Independent Games Festival (IGF)	322
Apêndice 4 – Artigo Quem Faz jogos em Portugal?.....	326
Apêndice 5 – Desenvolvimento Free that Fish	333
Apêndice 6 – Lots of Guts – Game Design Document	338
Apêndice 7 – Desenvolvimento de On the Memory Lane.....	345

Índice de Figuras

Fig. 1 - ?orquê (Sousa, J., Pinto, J., 2006)	6
Fig. 2 - 2 Minhocas, 1 Maça (Sousa, J., 2008)	7
Fig. 3 - Sendo um Feto (Sousa, J., 2010)	8
Fig. 4 - Fruit Ninja (Halfbrick Studios, 2010)	27
Fig. 5 - Zombie Smasher (Italy Games, 2013)	27
Fig. 6 - Tearaway (Media Molecule, 2013).....	28
Fig. 7 - FIFA 92.....	34
Fig. 8 - FIFA 96.....	34
Fig. 9 - FIFA 00.....	34
Fig. 10 - FIFA 04.....	34
Fig. 11 - FIFA 09.....	34
Fig. 12 - FIFA 15.....	34
Fig. 13 - Battlefield 4 (Electronic Arts, 2013).....	35
Fig. 14 - Far Cry 3 (Ubisoft, 2012).....	35
Fig. 15 - Minecraft (Mojang, 2009)	36
Fig. 16 - Antichamber (Alexander Bruce, 2013).....	36
Fig. 17 - Super Meat Boy (Team Meat, 2010).....	37
Fig. 18 - The Binding of Isaac (Team Meat 2011).....	37
Fig. 19 - Braid (Number None, 2008)	38
Fig. 20 - Psychonauts (Double Fine Productions, 2005)	56
Fig. 21 – Braid (Number None, 2008)	75
Fig. 22 - The Witness (Thekla Inc., 2016)	75
Fig. 23 - Stanley Parable (Galactic Café, 2013).....	76
Fig. 24 - The Begginer's Guide (Everything Unlimited Ltd., 2015).....	76
Fig. 25 - Proteus (Key e Kanaga, 2013).....	86
Fig. 26 - Shovel Knight (Yacht Club Games, 2014)	86
Fig. 27 - The Path (Tale of Tales, 2009)	89
Fig. 28 - The Graveyard (Tale of Tales, 2010).....	89

Fig. 29 - PONG (Atari, 1972).....	94
Fig. 30 - Metal Gear Solid V: The Phantom Pain (Konami, 2015)	94
Fig. 31 - Device 6 (Simogo 2013).....	95
Fig. 32 – Assassin's Creed (Ubisoft, 2007)	97
Fig. 33 – Assassin's Creed Syndicate (Ubisoft, 2015).....	97
Fig. 34 - Minecraft (Mojang, 2009)	97
Fig. 35 - Super Mario Bros (Nintendo, 1985)	101
Fig. 36 – Canabalt (Adam Saltsman, 2009)	101
Fig. 37 - Wolfenstein 3D (iD Software, 1992).....	103
Fig. 38 – Quake (iD Software, 1993).....	103
Fig. 39 - Maze War (Colley, 1974)	103
Fig. 40 – Spasim (Bowery, 1974).....	103
Fig. 41 - Narbacular Drop (Nuclear Monkey Soft, 2005).....	104
Fig. 42 – Portal (Valve, 2007).....	104
Fig. 43 - Q.U.B.E (Toxic Games, 2011)	104
Fig. 44 – Antichamber (Alexander Bruce, 2013).....	104
Fig. 45 – Slender (Parsec Productions, 2012)	105
Fig. 46 - Unfinished Swan (Giant Sparrow, 2012).....	105
Fig. 47 - Sonic the Hedgehog (Sonic Team, 1991).....	106
Fig. 48 - Angry Birds (Rovio, 2009).....	106
Fig. 49 – Cuphead (Studio MDHR, 2016)	106
Fig. 50 – Machinariu (Amanita Design, 2009).....	106
Fig. 51 - The Bridge (Ty Taylor, 2013)	106
Fig. 52 – Gorogoa (Jason Roberts, 2015).....	106
Fig. 53 - Cave Story (Studio Pixel, 2004).....	107
Fig. 54 – Spelunky (Mossmouth, 2008)	107
Fig. 55 - Don't Look Back (Terry Cavanagh, 2009).....	107
Fig. 56 - Superbrothers: Sword & Sworcery EP (Superbrothers, 2011)	108
Fig. 57 - Earthworm Jim II (Shiny Entertainment, 1994)	110
Fig. 58 - Grim Fandango (LucasArts, 1998).....	110

Fig. 59 - The Walking Dead (Telltale Games, 2012).....	112
Fig. 60 - Heavy Rain (Quantic Dream, 2010).....	112
Fig. 61 – Passage (Jason Rohrer, 2007)	113
Fig. 62 - Dys4ia (Anna Anthropy, 2012).....	114
Fig. 63 - Pretentious Game (Keybol, 2012).....	114
Fig. 64 - Papers, Please (Lucas Pope, 2013)	119
Fig. 65 - The Begginer's Guide (Everything Unlimited Ltd, 2015).....	119
Fig. 66 - That Dragon Cancer (Numinous Games, 2016)	127
Fig. 67 – Minecraft (Mojang, 2009)	151
Fig. 68 -Rayman Legends (Ubisoft, 2013)	153
Fig. 69 - The Legend of Zelda (Nintendo, 1986).....	155
Fig. 70 – Journey (That Game Company, 2012).....	156
Fig. 71 – Braid (Number None, 2008)	158
Fig. 72 – Nidhogg (Messhof, 2014).....	160
Fig. 73 - Cut the Rope (Zeptolab, 2010)	161
Fig. 74 - Legend of Grimrock (Almost Human Ltd, 2012)	163
Fig. 75 - Candy Crush Saga (King, 2012).....	164
Fig. 76 - Battlefield 4 (EA, 2013)	165
Fig. 77 - Brothers in Arms Hells Highway (Ubisoft, 2008).....	166
Fig. 78 - Call of Duty Black Ops 2 (Activision, 2012)	166
Fig. 79 - Crysis 3 (EA, 2013).....	166
Fig. 80 - Medal of honor Airborne (EA, 2007)	166
Fig. 81 - Battlefield 4 (EA, 2013)	166
Fig. 82 - Far Cry 3 (Ubisoft, 2012).....	166
Fig. 83 - Flappy Bird (Dong Nguyen, 2013)	212
Fig. 84 - Angry Birds (Rovio Entertainment Ltd., 2009)	212
Fig. 85 - Logótipos do estúdio <i>RtW Imaginary Labs</i>	217
Fig. 86 - Free that Fish - esboço preliminar (2013).....	221
Fig. 87 - Free that Fish captura de ecrã (2015)	221
Fig. 88 - Free that Fish (Protótipo) Input baseado em touch/tap	223

Fig. 89 - Free that Fish (Final) Input baseado em touch e swipe.....	223
Fig. 90 - Free that Fish - Personagens e aquários.....	224
Fig. 91 - Pipe Mania (The Assembly Line, 1991).....	225
Fig. 92 - Cut the Rope 2 (Zeptolab, 2013)	225
Fig. 93 - Free that Fish (editor de níveis)	228
Fig. 94 - Menu Free that Fish (protótipo)	230
Fig. 95 - Menu Free that Fish (final).....	230
Fig. 96 - Maverick Bird (Terry Cavanagh, 2014).....	232
Fig. 97 - Super Hexagon (Terry Cavanagh, 2012).....	232
Fig. 98 - Prince of Persia (Brøderbund, 1989)	234
Fig. 99 - Guts (RtW Imaginary Labs, 2014)	234
Fig. 100 - Lots of Guts (2015) Modo multijogador.....	237
Fig. 101 - Lots of Guts (2015) Utilização do controlador <i>Buzz</i>	237
Fig. 102 - On the Memory Lane – Arte Conceptual / Mockup.....	243
Fig. 103 - On the Memory Lane – Prova de Conceito.....	244
Fig. 104 - Remember me (Capcom, 2013)	245
Fig. 105 – Mnemonic (Double Fine, 2014).....	245
Fig. 106 - Twelve Minutes (António, L. videojogo em desenvolvimento).....	246
Fig. 107 - On the Memory Lane – Arte Conceptual / Mockup.....	248

Índice de Gráficos

Gráfico. 1 - Género dos inquiridos	136
Gráfico. 2 - Idades dos inquiridos.....	136
Gráfico. 3 - Regularidade com que joga (por género).....	137
Gráfico. 4 - Regularidade com que joga (por idades)	137
Gráfico. 5 - Dispositivos de jogo utilizados (por género)	138
Gráfico. 6 – Definição de Indie	139
Gráfico. 7 – Definição de Indie	139
Gráfico. 8 - Características mais importantes dos videojogos Indie	140

Gráfico. 9 - Público-alvo dos videojogos Indie	141
Gráfico. 10 - Principais plataformas para jogar videojogos Indie.....	141
Gráfico. 11 - Géneros mais associados a videojogos Indie	144
Gráfico. 12 - Géneros de videojogos preferidos	145
Gráfico. 13 - Mais apelativos.....	146
Gráfico. 14 - Mais criativos.....	146
Gráfico. 15 - Mais realistas.....	146
Gráfico. 16 - Mais simples.....	146
Gráfico. 17 - Mais complexos.....	146
Gráfico. 18 - Maioritariamente narrativos.....	148
Gráfico. 19 - Mais criativos.....	148
Gráfico. 20 - Mais intimistas	148
Gráfico. 21 - Mais cinematográficos.....	148
Gráfico. 22 - Mais criativos.....	149
Gráfico. 23 – Melhores tecnicamente	149
Gráfico. 24 - Mais simples.....	149
Gráfico. 25 - Melhores esteticamente	149
Gráfico. 26 - Estilos gráficos mais recorrentes nos videojogos Indie	150
Gráfico. 27 - Reconhece?	151
Gráfico. 28 - É indie?.....	151
Gráfico. 29 - Gosta do seu estilo gráfico?.....	151
Gráfico. 30 - Reconhece?	153
Gráfico. 31 - É indie?.....	153
Gráfico. 32 - Gosta do seu estilo gráfico?.....	153
Gráfico. 33 - Reconhece?	155
Gráfico. 34 - É indie?.....	155
Gráfico. 35 - Gosta do seu estilo gráfico?.....	155
Gráfico. 36- Reconhece?	156
Gráfico. 37 - É indie?.....	156
Gráfico. 38 - Gosta do seu estilo gráfico?.....	156

Gráfico. 39 - Reconhece?	158
Gráfico. 40 - É Indie?	158
Gráfico. 41 - Gosta do seu estilo gráfico?	158
Gráfico. 42 - Reconhece?	160
Gráfico. 43 - É Indie?	160
Gráfico. 44 - Gosta do seu estilo gráfico?	160
Gráfico. 45 - Reconhece?	161
Gráfico. 46 - É Indie?	161
Gráfico. 47 - Gosta do seu estilo gráfico?	161
Gráfico. 48 - Reconhece?	163
Gráfico. 49 - É Indie?	163
Gráfico. 50 - Gosta do seu estilo gráfico?	163
Gráfico. 51 - reconhece?	164
Gráfico. 52 - É indie?	164
Gráfico. 53 - Gosta do seu estilo gráfico?	164
Gráfico. 54 - Reconhece?	165
Gráfico. 55 - É indie?	165
Gráfico. 56 - gosta do seu estilo gráfico?	165
Gráfico. 57 - Videojogos mais reconhecidos no conjunto de imagens apresentadas	168
Gráfico. 58 - Videojogos considerados Indie no conjunto de imagens apresentadas	169
Gráfico. 59 - Estilos gráficos preferidos no conjunto de imagens apresentadas	170
Gráfico. 60 - Interesse despertado	171
Gráfico. 61 - Avaliação da qualidade gráfica	171
Gráfico. 62 - Interesse despertado	174
Gráfico. 63 - Avaliação da qualidade gráfica	174
Gráfico. 64 - Não reconhece os autores de videogames	176
Gráfico. 65 - Evolução cronológica	185
Gráfico. 66 - Percentagens totais	185
Gráfico. 67 - Evolução cronológica	185
Gráfico. 68 - Percentagens totais	185

Gráfico. 69 - Evolução cronológica	186
Gráfico. 70 - Percentagens totais	186
Gráfico. 71 - Evolução cronológica	187
Gráfico. 72 - Percentagens totais	187
Gráfico. 73 - Evolução cronológica	187
Gráfico. 74 - Percentagens totais	187
Gráfico. 75 - Dispositivos usados nos nomeados Excellence in Design (IGF)	187
Gráfico. 76 - Evolução cronológica	189
Gráfico. 77 - Percentagens totais	189
Gráfico. 78 - Evolução cronológica	189
Gráfico. 79 - Percentagens totais	189
Gráfico. 80 - Evolução cronológica	191
Gráfico. 81 - Percentagens totais	191
Gráfico. 83 - Evolução cronológica	193
Gráfico. 84 - Percentagens totais	193
Gráfico. 85 - Evolução cronológica	194
Gráfico. 86 - Percentagens totais	194
Gráfico. 87 - Evolução cronológica	194
Gráfico. 88 - Percentagens totais	194
Gráfico. 89 - Mecânicas	196
Gráfico. 90 - Géneros	196
Gráfico. 91 - plataformas (evolução cronológica)	196
Gráfico. 92 - Estilo Gráfico	196
Gráfico. 93 - Evolução cronológica	198
Gráfico. 94 - Percentagens totais	198
Gráfico. 95 - Mecânicas	198
Gráfico. 96 - Géneros	198
Gráfico. 97 - Evolução cronológica estilo gráfico dos vencedores Audience Award	200
Gráfico. 98 - Evolução cronológica	201
Gráfico. 99 - Percentagens totais	201

Gráfico. 100 – Evolução cronológica	202
Gráfico. 101 – Percentagens totais	202
Gráfico. 102 - Fontes de financiamento de estúdios portugueses de videojogos	219
Gráfico. 103 - Retorno financeiro de estúdios portugueses de videojogos	219

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Gerações de Consolas Domésticas de videojogos	31
Tabela 2 - Evolução gráfica de FIFA International Soccer (Electronic Arts 92-2015)	34
Tabela 3 - Segmentação nos videojogos	85
Tabela 4 - Diferentes estilos visuais em videojogos 2D. Capturas de ecrã.....	106
Tabela 5 - Videojogos com estilo gráfico Retro. Capturas de ecrã.....	107
Tabela 6 - Jogabilidade dos videojogos Indie	146
Tabela 7 - Classificação da narrativa nos videojogos Indie	148
Tabela 8 - Classificação do estilo visual dos videojogos Indie	149
Tabela 9 - Comparação de capturas de ecrã de FPSs de temática militar	166
Tabela 10 - Estudo comparativo de capturas de ecrã videojogos 3D em primeira pessoa.....	171
Tabela 11- Estudo comparativo de capturas de ecrãs de videojogos 2D de plataformas	174
Tabela 12 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Excellence in Design (IGF)	185
Tabela 13- Modos de jogo nos nomeados Excellence in Design (IGF).....	185
Tabela 14 - Estilos gráficos nos nomeados Excellence in Design (IGF)	186
Tabela 15 - Géneros nos nomeados Excellence in Design (IGF).....	187
Tabela 16 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Design nos últimos 6 anos....	188
Tabela 17 - Estilos gráficos nos nomeados Excellence in Visual Art (IGF)	189
Tabela 18 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Excellence in Visual Art (IGF)	189
Tabela 19 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Visual Art nos últimos 6 anos	190
Tabela 20 - Géneros nos nomeados Excellence in Audio (IGF).....	191
Tabela 21 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Audio nos últimos 6 anos.....	192
Tabela 22 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Technical Excellence (IGF)	193
Tabela 23 - Géneros nos nomeados Technical Excellence (IGF)	194

Tabela 24 – Estilos gráficos nos nomeados Technical Excellence (IGF)	194
Tabela 25 - Receção dos vencedores do prémio <i>Technical Excellence</i> nos últimos 5 anos ...	195
Tabela 26 - Géneros e mecânicas nos nomeados Excellence in Narrative (IGF)	196
Tabela 27 - Géneros nos nomeados Excellence in Narrative (IGF)	196
Tabela 28 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Narrative nos últimos 2 anos	197
Tabela 29 – Estilos gráficos nos nomeados Nuovo Award (IGF)	198
Tabela 30 - Géneros e mecânicas de jogo nos nomeados Nuovo Award (IGF)	198
Tabela 31 - Receção dos vencedores do prémio Nuovo Award nos últimos 6 anos	198
Tabela 32 - Receção dos vencedores do prémio Audience Award nos últimos 5 anos	200
Tabela 33 - Estilos gráficos mais recorrentes nomeados ao Grand Prize	201
Tabela 34 - Géneros mais recorrentes nomeados ao Grand Prize	202
Tabela 35 - Receção dos vencedores do Grand Prize nos últimos 5 anos	202
Tabela 36 - Evolução dos menus de Free that Fish	230
Tabela 37 - Potencial de expressão autoral dos videojogos desenvolvidos	254

Índice de Esquemas

Esquema. 1 - A criatividade nos videojogos	93
Esquema. 2 - Triângulo Taxonómico de Lindley.....	115
Esquema. 3 - Condições necessárias ao videojogo autoral	124
Esquema. 4 - Análise do potencial autoral de Free That Fish	231
Esquema. 5 - Análise do potencial autoral de Lots of Guts	240
Esquema. 6 – Funcionamento básico de On the Memory Lane	242
Esquema. 7 - Análise do potencial autoral On the Memory Lane.....	249

Introdução

O projeto de investigação desenvolvido no âmbito do *Programa de Doutorado em Ciência e Tecnologia das Artes*, especialização em Arte Interativa, que culmina com a escrita desta tese de Doutorado teve como objeto de estudo os videojogos, particularmente os videojogos independentes, também conhecidos como *videojogos Indie*¹.

A criação independente de videojogos, por indivíduos ou pequenas equipas, paralelamente a uma indústria caracterizada por grandes estúdios de produção foi-se tornando cada vez mais relevante nesta área, apresentando um momento atual de particular relevância histórica.

Neste meio intimamente ligado ao desenvolvimento tecnológico a criação de videojogos tem seguido uma tendência maioritariamente evolutiva em que as novas produções acompanham as inovações tecnológicas tornando-se cada vez mais complexas seja a nível técnico, visual, de jogabilidade ou de exploração da narrativa. Isto levou ao desenvolvimento de uma indústria que já se tornou a mais lucrativa no campo do entretenimento (ESA, 2014). Por outro lado, regista também custos de produção cada vez mais elevados devido à necessidade de contratação de equipas numerosas de forma a alcançar um nível de realismo e competências técnicas e visuais que se sobreponham aos videojogos criados anteriormente.

Nos últimos anos, porém, tem vindo a verificar-se um movimento que vai, de certa forma, em sentido inverso. Alguns criadores independentes têm ganho destaque com videojogos mais contidos, em termos de escala e valores de produção mas, por outro lado, com uma maior dose de criatividade. Este aspeto contrasta com uma indústria pouco dada a arriscar no desenvolvimento de videojogos que não façam já parte de séries de sucesso comprovado. Exemplo disso são os lançamentos frequentes de novos títulos das séries *Call Of Duty* (Activision desde 2003), *FIFA International Soccer* (Electronic Arts, desde 1993) ou *Assassins Creed* (Ubisoft, desde 2007) em que as diferenças

¹ Doravante, e por se tratar de um dos termos em destaque neste texto, não escrevemos este estrangeirismo em itálico.

de sequela para sequela por vezes são diminutas. Já no campo de desenvolvimento de videojogos independentes pode observar-se que não existe uma tendência para a repetição de conceitos em novas versões do mesmo videojogo mas sim inovação em títulos únicos com uma grande abertura à criatividade e experimentação.

O movimento Indie foi posto em evidência na realização de festivais especialmente dedicados à produção independente de videojogos como é o caso do *Independent Games Festival* que faz parte da *Game Developers Conference*, um dos mais importantes eventos anuais da indústria. Os conceitos inovadores ou pouco habituais, os estilos gráficos fora de comum e o destaque dado à figura dos seus criadores contrastam com uma tendência geral de anonimato e estagnação criativa decorrente da produção dos grandes estúdios.

Nos últimos anos a indústria dos videojogos tem aberto cada vez mais as portas à participação dos criadores Indie, o que se deve, em muito, à criação das plataformas de distribuição digital que, por diminuir a presença de intermediários e eliminar a utilização de suportes físicos, viabiliza a participação comercial destes criadores. Este facto abriu caminho não só a novos criadores como também a vários profissionais da indústria que deixaram os seus empregos para seguir a via independente como uma forma libertadora de criarem os videojogos que realmente querem criar.

Simultaneamente, a emergência e democratização de dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*, com boas capacidades de processamento e o facto de disporem igualmente de plataformas de distribuição digital de conteúdos, tem mostrado ser de enorme interesse para os criadores Indie.

O desenvolvimento independente de videojogos apresenta-se então como um novo caminho viável de criação de conteúdos de entretenimento mas também uma possível forma de expressão autoral dos seus criadores, tal como detalharemos ao longo desta investigação.

Motivação da investigação

A investigação académica sobre videojogos (*Game Studies*) é um campo cada vez mais explorado devido à importância destes na nossa sociedade. Em 2006 Nic Kelman referia em *Video Game Art* a lacuna em termos de estudo académico relativamente aos videojogos. Até então muitos dos estudos neste campo incidiam principalmente nas temáticas dos possíveis efeitos dos videojogos nas crianças, seja pela sua componente pedagógica seja pela polémica da violência nos videojogos. Essas questões inserem-se mais no campo da psicologia e sociologia do que concretamente no design de videojogos. Apesar disso, esta área tem vindo progressivamente a diversificar-se com académicos e teóricos que têm uma maior ligação à indústria, como é o caso de Richard Lemarchand, designer veterano da *Naughty Dog* que se juntou à divisão de *Interactive Media* da *School of Cinematic Arts* na Universidade de Southern Califórnia e também com a proliferação de licenciaturas e especializações em Videojogos um pouco por todo o mundo. Em Portugal, no ano letivo de 2015/2016, encontram-se em funcionamento cinco licenciaturas de videojogos, além de diversos outros cursos, Mestrados e formações em áreas complementares².

Uma área tão abrangente, aglomerante e complexa como esta tem muito a beneficiar com um estudo académico aprofundado dos seus diversos temas de forma a compreender, documentar e colaborar na mesma.

Os videojogos foram já oficialmente classificados como uma forma de Arte nos Estados Unidos da América através da *National Endowment for the Arts* (NEA) sendo considerados legalmente elegíveis para apoios estatais à produção de Arte³. Por essa razão é também especialmente importante refletir mais aprofundadamente sobre a conceção de videojogos e o papel do criador de videojogos como elemento responsável e autor criativo. É importante que esta

² Lista atualizada do ensino de videojogos em Portugal disponível na página da Sociedade Portuguesa de Ciências dos Videojogos, disponível em <<http://www.spcvideojogos.org/ensino>>

³ Regulamento do National Endowment for the Arts disponível em <<http://arts.gov/grants/apply/AIM-presentation.html>> Consultado a 11-11-2015.

área evolua e que se torne cada vez mais relevante, abrangente e um verdadeiro contributo cultural para a nossa sociedade.

Chris Crawford foi dos primeiros autores a elaborar artigos científicos sobre videojogos com *The Art of Computer Game Design* (1982), mas foi principalmente a partir do novo milénio que a área dos *Game Studies* ganhou maior destaque com nomes como Eric Zimmerman, James Paul Gee, Dave Morris, Katie Salen, entre outros. Trabalhos mais antigos refletem sobre o sentido lúdico e o jogo como *Homo Ludens* (1938) e *os Jogos e os Homens* (1958) de Johan Huizinga e de Roger Caillois, respetivamente. Apesar destes dois trabalhos não referirem obviamente os videojogos devido à data em que foram realizados, a sua reflexão sobre o jogo como um todo é em grande parte aplicável aos videojogos.

Kellee Santiago e Robin Hunicke são dois bons exemplos da ponte entre a investigação científica e a criação de videojogos. Ambas participam em conferências da especialidade e integraram a *That Game Company*, a produtora de videojogos responsável entre outros, por *Journey*, (2012) videojogo disponível na Playstation Network para Playstation 3 que alcançou enorme reconhecimento crítico cultivando a discussão da relação entre videojogos e arte.

Em termos de investigação nacional sobre videojogos devemos referir a Tese de Doutoramento de André Carita *Videojogos - obras abertas a experiência imersivas, correlações criativas e experimentações comunicativas* que descreve diversos aspetos que compõem um videojogo e remetem-no para o estatuto máximo de *Obra Aberta* referido por Umberto Eco. Luís Nogueira, Nelson Zagalo e Filipe Costa Luz fizeram estudos comparativos entre o cinema e os videojogos com *Narrativas fílmicas e videojogos* (2008), *Emoções interativas - do cinema aos Videojogos* (2009) e *Jogos de Computador e Cinema - Narrativas, Avatares e Efeitos* (2009) respetivamente. Ricardo Flores Santos aborda as especificidades dos videojogos como um meio em *Videogames as a medium* (2008) e Patrícia Gouveia debruçou-se mais no seu aspeto estético e de design com *Artes e Jogos Digitais - Estética e Design da Experiência Lúdica* (2010).

Os videojogos têm vindo a ter cada vez uma maior importância na sociedade, não só pela sua importância como a mais rentável indústria de entretenimento atual como também pela sua presença constante no nosso dia-a-dia. As gerações inferiores aos 40 anos de idade têm convivido com os computadores e consolas de videojogos desde pequenos sendo algo que já está enraizado na nossa cultura. É, por isso, atualmente notória uma tendência revivalista, seja na forma do colecionismo de videojogos ou numa geração de criadores que evidencia, no seu trabalho, uma clara influência de videojogos com que cresceu.

A importância dos videojogos deve ser revalorizada pois não deverão ser vistos apenas como brinquedos para crianças ou formas de entretenimento inconsequentes. James Paul Gee afirma que aprender a jogar videojogos é uma nova forma de literacia (2008) e André Carita reforça a ideia:

"o videojogo como um todo gerador de desafios cognitivos que diverte, ensina e apela constantemente a uma notável capacidade de descodificação, interpretação e (re)criação por parte do jogador, conferindo-lhes um contexto, um sentido e um significado próprio."

(2012. p.16)

Estamos então perante uma forma de entretenimento, de comunicação e até de literacia que muitas vezes é comparada com o cinema e a televisão, mas que apresenta as suas especificidades. A sua interatividade, ou mais precisamente, jogabilidade, diferencia os videojogos de qualquer outro meio.

O filme documental *Indie Game The Movie* (Swirsky & Pajov, 2012) explora especificamente o fenómeno dos videojogos Indie através da entrevista a vários criadores de forma a perceber as suas motivações, dificuldades e anseios. Em numerosos *sites*, *blogs* e redes sociais podemos igualmente seguir o trabalho de criadores independentes percebendo uma noção de comunidade aberta entre desenvolvimento, crítica e público-alvo.

Do ponto de vista da motivação pessoal, este trabalho surge do grande interesse que desde sempre tive por videojogos, presentes em minha casa desde tenra idade, inicialmente com o microcomputador ZX Spectrum (Sinclair, 1982) e posteriormente com um PC com sistema operativo Windows 3.1 (Microsoft, 1990). Por essa altura, recebi também a minha primeira consola, a Mega Drive (Sega, 1990). Desde então, fui acompanhando as diversas gerações de consolas, na condição de jogador e, mais recentemente, motivado pela nostalgia, também como colecionador.

Desde 2011 escrevo artigos e faço críticas de videojogos tendo iniciado essa atividade em colaboração com o *blog* de Ivan Barroso, *Os Velhos Tempos*⁴ que evoluiu para o formato de página *online* com uma revista digital e, posteriormente uma versão impressa chamada *Revista PUSHSTART*⁵.

O meu percurso académico é diversificado, mas penso que seguiu o caminho necessário para me levar a este ponto. A minha licenciatura em Design de Comunicação (2006) pela Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, culminou com a realização de uma curta-metragem de animação chamada *?orquê*, como trabalho de fim de curso. A partir de uma história simples de uma criança em plena idade dos porquês, a minha principal intenção foi criar algo único em termos estéticos recorrendo para isso à técnica mista de desenho e fotomontagem.



Fig. 1 - ?orquê (Sousa, J., Pinto, J., 2006)

⁴ Blog “Os velhos tempos” disponível em <<http://osvelhostempos.blogspot.pt/>>.

⁵ Site Revista PUSHSTART disponível em <<http://www.revistapushstart.com/>>.

Criei algo que fosse representativo não só do percurso da minha licenciatura, como também do meu traço de desenho, das minhas influências e da minha visão como artista. Queria fundamentalmente criar algo que fosse diferenciado da norma e que representasse a minha visão autoral. Os bons resultados em termos de prémios e reconhecimento alcançados em festivais de cinema de animação *Cinanima*, *Animatu*, *Filofest* (2006), entre outros, motivaram-me a seguir estudos no campo da animação. Frequentei o Mestrado em Som e Imagem, especialização em Animação por Computador da Universidade Católica do Porto, onde realizei mais duas curtas-metragens de animação. A primeira delas, *2 Minhocas, 1 Maçã*, encarei como um inconsequente exercício de aprendizagem em que, de forma simplificada, tentei aproximar-me do ambiente e estética geral dos filmes de animação da *Pixar* e *DreamWorks* com as devidas limitações de um principiante em 3D. Apesar de ser notório o meu traço no design dos personagens não explorei a fundo essa vertente nem tentei utilizar os meios técnicos a meu dispor de uma forma mais experimental ou única. Tentei aproximar-me da estética e qualidade geral do que era criado em outras curtas-metragens de estudantes e, comercialmente, no Cinema.



Fig. 2 - 2 Minhocas, 1 Maçã (Sousa, J., 2008)

Como projeto de conclusão do mestrado realizei a curta "*Sendo um Feto*", este sim um trabalho em que tentei deixar a minha marca pessoal. Fi-lo a nível narrativo com uma história sobre o sentido da vida pelos olhos de um feto em conversa com um espermatozoide. Essa animação foi uma readaptação de um texto que já tinha escrito anteriormente e materializado sob a forma de uma

Banda Desenhada. Fi-lo também a nível estético rejeitando seguir um estilo mais realista ou *cartoon*, mais naturalmente alcançáveis com a utilização de software de modelação e animação 3D, tendo optado por um visual alternativo. Inspirado nas formas difusas das ecografias e, depois de diversas experiências técnicas, alcancei o resultado desejado: A busca de um estilo visual único que torna “*Sendo um Feto*” uma curta-metragem imediatamente distinta e reconhecível seja pelo seu conteúdo, seja pela sua aparência visual. Teve também um percurso de apresentações em festivais e alcançou o prémio de melhor filme de estudantes do *Festival Monstra* (2010).

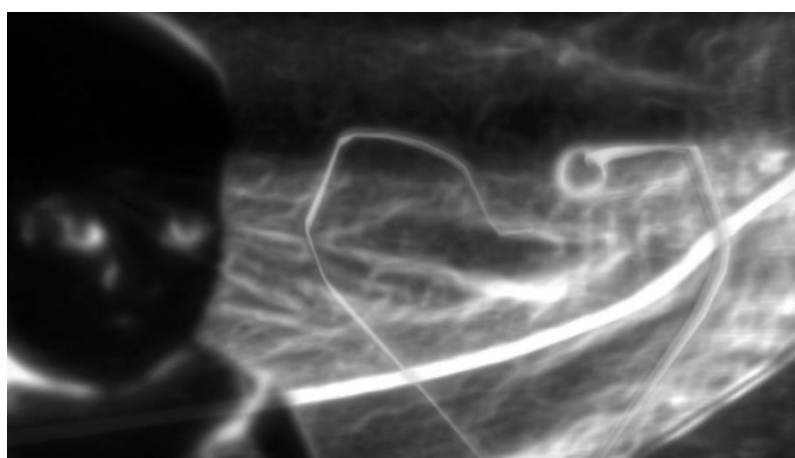


Fig. 3 - *Sendo um Feto* (Sousa, J., 2010)

Paralelamente à realização desse filme procedi ao trabalho de investigação que resultou na minha dissertação de mestrado com o título *O Drama nas Curtas-Metragens de Animação* (Sousa, J., 2010). Apesar do seu título possivelmente indicar um trabalho de investigação fundamentalmente a nível narrativo, o corpo de trabalho incide principalmente no desejo e processo de criar curtas-metragens de animação únicas em termos estéticos e conceptuais que, de forma semelhante ao que tinha feito na licenciatura, mas ainda mais aprofundadamente, me representassem como autor. Ao mesmo tempo realçava o facto de que a animação não tem como público-alvo exclusivo apenas as crianças e, dessa forma, as experiências podem ser muito diversificadas pois o público é alargado a outras faixas etárias ou, por outro lado, até a nichos culturais/sociais mais restritos.

Um pouco desiludido com o alcance profissional dos trabalhos de animação, que se circunscreveu a bons resultados em festivais, retomei o meu interesse

relativamente à área dos videojogos. Comecei a observar que aí sim também surgiam alguns videojogos com estilos gráficos e jogabilidades únicas, diferentes do que era comum na indústria. Videojogos Indie como *Braid* (Number None 2008) e *Limbo* (Playdead, 2010) foram fundamentais para um despertar de interesse nos videojogos não só como jogador mas também como investigador e criador.

Percebi que este era um novo rumo a seguir tentando igualmente explorar uma visão autoral num produto comercializável de uma forma global. Surgiu daí a motivação pessoal para desenvolver investigação neste campo, apoiada numa componente de trabalho prático correlacionável que permitisse compreender melhor a criação de videojogos assente no trabalho do "autor" e o que isso significa atualmente e poderá significar no futuro desta indústria. Simultaneamente surgiram novos desafios com a condicionante técnica da necessidade de saber programar para que um videojogo tome forma funcional. Não bastava ter a ideia e executá-la quase empiricamente como fazia no desenvolvimento de uma animação. As especificidades e desafios da necessidade de programar ou de desenvolver parcerias com programadores significaram algum ajuste no processo criativo e de desenvolvimento tornando-se mais colaborativo em comparação com projetos que desenvolvi anteriormente.

Por fim, a minha carreira como docente de ensino superior na área da Comunicação Audiovisual e Multimédia e do Design foram também fundamentais para a decisão do rumo de investigação que viria a seguir pois considero que o desenvolvimento de videojogos é um dos principais e mais abrangentes meios deste tipo de comunicação. Um meio que tem mostrado uma enorme capacidade de evolução e transformação ao longo da sua história no qual anseio participar ativa e colaborativamente, através de trabalho prático, investigação e docência na área. A questão dos videojogos Indie como forma de expressão autoral surge portanto como um misto de continuidade lógica do trabalho pessoal desenvolvido e da pertinência do tema como matéria de investigação e elevação dos videojogos a uma forma de cultura.

Questão principal

A investigação realizada resultou numa investigação aprofundada dos videojogos independentes de forma a melhor compreender o conceito de Indie que consideramos ser utilizado com um duplo significado de forma de produção/estilo, que torna a sua utilização ambígua. Nesse sentido consideramos relevante a diferenciação dessas duas dimensões como uma forma de melhor compreender este tipo de videojogos e as características a eles associadas, seja a partir de modelos de produção, seja a partir de conteúdos. A partir da hipótese do termo Indie ser significativo apenas de produção independente, ou seja, de um modelo de produção que envolve este tipo de videojogos, consideramos pertinente a dimensão de estilo estar associada ao termo mas não ser confundida com ele. Deste raciocínio surge a questão principal desta investigação:

- Quais são as condições necessárias para considerar os videojogos Indie como uma forma de expressão autoral?

Para responder a esta problemática estão implícitas subquestões como:

- O que se entende por videojogos independentes?
- O que se entende por expressão autoral?
- O que se entende por autor de videojogos?
- Qual a relevância dos videojogos Indie como forma de expressão autoral para a indústria e sociedade?

A hipótese que nos levou a iniciar o programa de trabalhos é que a produção independente de videojogos, ou seja, a partir de pequenas equipas sem condicionalismos ou financiamentos exteriores, poderá ser um meio ideal para a criação de videojogos mais criativos e experimentais. Videojogos com um carácter mais intimista e pessoal que se correlacionam com uma forma de expressão autoral. Estas criações poderão ser vitais para o desenvolvimento e evolução desta indústria de forma mais sustentável e abrangente, não apenas como resultado de evolução tecnológica mas também como forma de exploração narrativa e artística.

Ao mesmo tempo a possibilidade de elevação de videogame a obra de autor poderá, à semelhança do que acontece no cinema e na música, levar a que o público ou, neste caso, os jogadores, possam seguir mais atentamente o trabalho de autores específicos e retirar autores relevantes de um certo grau de anonimato associado às séries de videogames e aos grandes estúdios de produção.

O objetivo desta investigação assim como o seu contributo substancial e inovador passa por:

- Realizar um estudo aprofundado sobre videogames Indie que permita chegar a definições rigorosas e a uma clarificação de termos;
- Perceber características específicas dos videogames Indie e a sua evolução ao longo do tempo;
- Perceber a perceção pública destes conceitos, de jogadores a criadores e críticos;
- Propor os conceitos de autor de videogames e videogames de autor;
- Elevar os videogames, como forma de expressão autoral, a uma forma de cultura, a par de outras formas de expressão artística.

Metodologia e organização da tese

Esta tese está estruturada de forma progressiva, partindo do geral para o particular. Na primeira parte que engloba os Capítulos 1 e 2 compreenderemos o conceito de videogame Indie a partir da revisão do Estado da Arte. Começaremos, no primeiro capítulo, pela abordagem geral de compreender o que é a atividade lúdica e o jogo apoiando-nos nos estudos de autores de referência como Johan Huizinga e Roger Caillois. Referiremos e distinguiremos vários tipos de jogos existentes ao longo da história, culminando no que são os videogames.

Além desse conceito será importante perceber o lugar do Homem na sua relação com o videogame, a utilização de dispositivos e interfaces e o conceito de jogabilidade.

A partir da definição de videogame refletiremos sobre a sua evolução, referindo a cronologia das várias gerações de *hardware* destinado a videogames com base na sua história bem documentada em vários livros de referência. Exploraremos não só a criação do *hardware* mas também o surgimento de toda a indústria dos videogames, com os seus altos e baixos, refletindo sobre o seu impacto, e tendo em conta momentos e nomes relevantes em termos da produção independente. Descreveremos de forma mais detalhada o período a partir do desenvolvimento das novas plataformas de distribuição digital com destaque para a Steam em 2005 devido à especial relevância que teve para viabilizar a comercialização de videogames independentes. O segundo momento a destacar prende-se com as novas oportunidades acessíveis aos criadores independentes a partir de dispositivos móveis que tornam mais permissível a realização e publicação de videogames simples, o que levou a que a quantidade de criadores independentes de videogames, profissionais ou amadores, aumentasse exponencialmente.

No segundo capítulo delimitaremos o estudo aos videogames Indie procurando uma definição para esse termo e percebendo o que os caracteriza. Exploraremos o conceito de Indie e qual o seu significado em outras formas de expressão artística como o cinema e a música. Abordaremos então o caso específico dos videogames independentes e seus criadores a partir de uma proposta de clarificação de terminologias relativamente ao que deve e não deve ser considerado um videogame Indie. Perceberemos a importância de alguns criadores independentes na indústria como fonte de criatividade e experimentação artística, assim como a sua relação com a cultura e comunidade que os rodeiam.

Na segunda parte, Capítulo 3, refletiremos sobre o conceito da expressão autoral nos videogames Indie a partir de uma comparação com a teoria do Cinema de Autor e o conceito de autor, de uma forma geral. Estabeleceremos uma diferenciação entre videogames de autor e autores de videogames e nomearemos também alguns dos principais intervenientes nesta área, a partir da obra feita e da sua relevância para a indústria. Perceberemos ainda o lugar da produção Indie dentro da indústria dos videogames.

No Capítulo 4, analisaremos mais a fundo o que implica fazer videojogos. Ao definir e detalhar os conceitos que constituem o subtítulo desta tese (criatividade, estilo e significado) refletindo sobre as condições necessárias para que um videojogo Indie possa ser considerado um videojogo de autor. Falaremos sobre o conceito de criatividade e o que isso implica num videojogo assim como o seu estilo, constituído pela sua dimensão estética e jogabilidade. Por fim analisaremos a importância do significado do videojogo e da sua conjugação com os restantes elementos num resultado que possa elevar a relevância dos videojogos acima de um simples produto de entretenimento.

Segue-se a terceira parte desta tese que engloba dois estudos estatísticos distintos sobre os videojogos Indie e a expressão autoral. O primeiro, no Capítulo 5, baseia-se num inquérito especificamente elaborado para esta investigação em que perceberemos qual é a perceção pública relativamente aos videojogos Indie através de questões variadas, análises individuais de videojogos e estudos comparativos. Verificaremos também o reconhecimento de autores por parte dos inquiridos e procuraremos perceber a importância que a perceção e noção de um autor pode trazer neste campo.

O segundo estudo, no Capítulo 6, assenta na análise de videojogos Indie numa sistematização e categorização de conteúdos. Como seria impossível contabilizar e analisar todos os videojogos Indie existentes e dispersos por diversas plataformas, foi necessário estabelecer critérios de delimitação do campo de análise. Assim serão tidos em conta os dados provenientes da recolha de informações sobre os videojogos finalistas do *Independent Games Festival*, considerando o reconhecimento crítico pelos seus pares como critério relevante e significativo de amostragem dos videojogos Indie. Este critério leva também a uma delimitação temporal dos dados recolhidos aos últimos 16 anos, coincidindo com o tempo de existência do *Independent Games Festival*.

Com base na avaliação crítica desses videojogos e a partir da sua divisão por categorias, perceberemos as tendências e a evolução cronológica relativamente a escolhas no que toca a melhor jogabilidade, estilo gráfico, som, técnica, narrativa e inovação. O objetivo desta análise passa por perceber características e conteúdos que levam a um reconhecimento da qualidade de

um videogame Indie, pela crítica e seus pares, e se esse reconhecimento se reflete em videogames comercialmente bem-sucedidos.

A quarta e última parte expõe o estudo empírico desenvolvido durante o percurso desta investigação. Conta com a descrição dos processos criativos e tomadas de decisão feitas em três videogames que se correlacionam numa exploração progressiva, projeto a projeto, com a aplicação das condições necessárias à expressão autoral nos videogames Indie.

1ª Parte:
O videojogo Indie

1. O que é um videojogo?

Não é possível começar uma investigação sobre videojogos sem que se compreenda o que realmente são. Toda a reflexão sobre este tema e as questões que o complementam, do seu desenvolvimento ao seu impacto, têm sido progressivamente temas de relevo no domínio público e também na investigação científica (*Game Studies*). O que se entende então por videojogo? Para responder a esta questão procederemos a uma abordagem transversal a partir do conceito de atividade lúdica e dos primeiros jogos conhecidos num percurso que culmina na sua forma digital, o videojogo.

No início do século, Stewart Cullin foi um dos primeiros autores a abordar o tema dos jogos publicando, entre outros, *Games of The Orient*. (1895) e *Games of North American Indians* (1907) com investigação sobre os jogos tradicionais orientais e dos Índios Norte Americanos.

Em 1938 Johan Huizinga escreveu *Homo Ludens* que se tornou um dos estudos de referência sobre a atividade lúdica e a necessidade do Homem em empreender esse género de atividades considerando que a poesia, dança música, guerra e convenções de vida são formas de jogo. Isto leva Huizinga a concluir que a civilização na sua essência é jogo (1980).

A partir do final da década de 70 e início da década de 80 surgiram os primeiros videojogos provenientes de experiências nas áreas das engenharias e progressivamente começou a desenvolver-se investigação relativamente a esta temática no campo das ciências sociais. Destacam-se diversos estudos sobre os efeitos dos videojogos nas crianças (Bandura, 1986), o polémico tema relativo à violência nos videojogos (Sherry, 2001) ou o seu potencial educacional (Malone, 1980). Este último campo de estudo evoluiu para áreas específicas como o *Edutainment* (Entretenimento Educativo) e os Jogos Sérios.

Nas Humanidades o estudo sobre videojogos tende a incidir em investigações de carácter qualitativo e numa compreensão mais interior aos videojogos e aos seus significados, a partir de autores como Chris Crawford, Jesper Juul, Katie Salen e Eric Zimmerman.

Desta forma é evidente que os *Game Studies* são uma área multidisciplinar e extremamente abrangente. Devido ao seu carácter inovador e em constante evolução deverá existir ainda maior permeabilidade e cooperação nas diferentes áreas de conhecimento que a compõem. Apesar da indústria de videojogos funcionar paralelamente à componente científica e académica, a existência de cada vez mais licenciaturas, mestrados, doutoramentos, centros de investigação, conferências e eventos que se dedicam ao estudo dos videojogos tem levado a maiores sinergias e ao rápido crescimento da área.

1.1 Conceito de atividade lúdica e jogo

Serão a atividade lúdica e, mais especificamente o jogo, necessários para a sobrevivência humana? Por si só, a diversão e prazer que daí advêm, não proporcionam alimento, proteção ou saúde. É algo paralelo às atividades de uma rotina diária comum em que, por exemplo, uma profissão garante os meios ou retorno económico necessários a utilizar em troca de bens essenciais. A atividade lúdica não resolve nenhuma dessas necessidades mas não será igualmente importante para o nosso bem-estar físico e, principalmente, psicológico?

O jogo não é algo novo que tenha sido inventado apenas nas últimas décadas. O *Jogo Real de Ur*, encontrado em escavações arqueológicas no Iraque, foi datado aproximadamente do ano de 2600 a.C. (Finkel, 2008). Este é apenas um exemplo que indica que as primeiras civilizações conhecidas já criavam jogos de tabuleiro. Outras formas de jogo, como os jogos desportivos são ainda anteriores a esta data. Desde tempos remotos o ser humano não se limita unicamente a trabalhar e assegurar o seu conforto e sobrevivência mas procura também momentos de pausa e diversão. Neste sentido, Roger Caillois admite que jogar pode ser considerado tempo perdido e um desperdício de recursos mas por outro lado é uma afirmação da liberdade de escolha do ser humano (1990, p.6).

Estes momentos estão presentes não só na vida do Ser Humano mas também na restante vida animal. É frequente observar que os animais também brincam

e a investigação científica indica que a atividade lúdica nos animais resulta em treino e melhoria das capacidades de defesa e caça (Palagi, [et al], 2004). Pode alegar-se que, nesse sentido, a atividade lúdica faz parte do instinto de sobrevivência e seleção natural com a prática de competências necessárias à vida. Assim sendo, os animais utilizam-na como treino de habilidades que lhes permitirão uma melhor capacidade de defesa ou que se tornem caçadores mais eficientes. Segundo Ferchmin e Eterovic, o mesmo poder-se-á aplicar, em diferente medida, ao ser humano (1982).

Por outro lado, o Homem procura atividades ou desafios que proporcionem uma sensação de imersão e satisfação imediata, às quais Mihaly Csikszentmihalyi deu o nome de *estado de fluxo* (1990). Este estado mostra-se como resposta à razão pela qual jogamos implicando nove pontos particulares que o caracterizam. Esta listagem assenta no tipo de estímulos sentidos enquanto se joga e pode ser encarada como um mapa de boas-práticas em termos de criação de jogos estimulantes:

1. Concentração na atividade.
2. Perda da noção de autoconsciência.
4. Redução da noção de tempo.
5. Resposta imediata.
6. Equilíbrio entre o grau de desafio e a capacidade de resposta do jogador.
7. A ideia do grau de controlo do sujeito sobre a atividade em questão.
8. Ser compensador por si só não necessitando de complemento exterior.
9. Foco na atividade.

Já no que toca especificamente aos videojogos James Paul Gee afirma que “*um bom design de videojogos tem muito a ensinar-nos sobre boa aprendizagem*” (2008, p. 22). Jogar trata-se da aprendizagem de uma nova literacia que pode ter aplicações benéficas no desenvolvimento de atividades do foro profissional. Poderá assim ser redutor classificar a atividade lúdica como um conjunto de atividades desnecessárias. Ver televisão, conversar, navegar na internet ou jogar podem não ter uma aplicação útil evidente mas são atividades necessárias como uma forma de escape e descontração em relação às responsabilidades do dia-a-dia. Como Winnicott refere “...*jogar não*

é uma realidade psíquica íntima. É exterior ao indivíduo mas não é o mundo exterior” (1971, p.51). Assim a atividade lúdica é como um universo paralelo em que num certo espaço e tempo fazemos algo que não é diretamente representativo das nossas funções ou tarefas diárias numa fronteira entre o sonho e a realidade. Em *Homo Ludens* caracteriza-se o jogo de forma similar, como uma atividade ou ocupação limitada no espaço e tempo que é realizada de forma voluntária. Essa atividade segue um conjunto de regras que definem a forma como é jogado e o seu objetivo que se prende essencialmente com o prazer de jogar ou ganhar e não com qualquer outra recompensa aplicável à vida quotidiana (Huizinga, 1980, p.33).

Ludwig Wittgenstein considera que os elementos relacionados com o jogo como jogar/brincar (*play*), regras e competição não são por si só suficientes para uma definição exata de jogo pois verifica que as pessoas aplicam esse termo relativamente a uma multiplicidade de ações humanas (1953, pp. 6-9). Para ele a definição de jogo torna-se mais consistente quando delimitado um género específico. Assim, e a título de exemplo refere que a definição de um jogo de tabuleiro seria um jogo que consiste no movimento de objetos numa superfície de acordo com certas regras (1953, p.5) Esta definição pode ser considerada válida mas fica limitada a cada tipo específico de jogo.

Em 1957 o sociólogo francês Roger Caillois em *Les jeux et les hommes* define o jogo de forma complementar dividindo-o como uma atividade que deve ter seis características presentes:

1. Divertido: esta característica pode ser ambígua pois dificilmente algo é universalmente apreciado por todos os jogadores.
2. Circunscrito: deve funcionar nos seus próprios moldes como algo paralelo à restante realidade com um tempo e espaço específicos.
3. Imprevisível: o resultado da atividade é imprevisto dando espaço à experimentação do jogador como a forma de chegar a uma solução.
4. Não produtivo: não se alcança uma recompensa que possa ser útil fora do espaço do jogo.
5. Regido por regras: baseia-se em regras que diferem das regras da vida do dia-a-dia sendo por vezes uma adaptação ou simplificação da

realidade e outras vezes, completamente diferente do que se possa vivenciar.

6. Fictício: deve ser evidente que se joga um jogo fora das regras e consequências das atividades não lúdicas.

Estas características são comuns aos jogos tradicionais não digitais (como jogos de cartas, tabuleiro, jogos desportivos, etc...) e aos jogos digitais, ou videojogos. Tendo em conta a multiplicidade de tipos de jogos já existentes e os que poderão ser ainda desenvolvidos, este é um meio de difícil delimitação, categorização e definição. Por outro lado, na maioria dos casos é empiricamente simples reconhecer e distinguir um jogo (englobado na atividade lúdica) da *realidade* (atividade não lúdica). Neste sentido podemos considerar vários tipos de jogos cada um dos quais com diversas subcategorias:

Os jogos desportivos são principalmente associados a uma atividade física competitiva com base no treino e exercício físico (Council of Europe, 2001). Podem ser colaborativos ou individuais mas são sempre competitivos. A colaboração pode resultar de interação direta entre jogadores como por exemplo os jogadores de futebol de uma equipa em campo e a competição direta contra a equipa adversária. A competição indireta também é frequente e relevante nos jogos desportivos em que cada jogador joga individualmente mas a sua performance será comparada com a dos restantes participantes. Este tipo de competição foi adaptado aos videojogos, por exemplo nas tabelas de pontuações locais ou *online*. Os jogos desportivos terão provavelmente sido o primeiro tipo de jogo criado, como uma derivação de atividades de treino e melhoria da capacidade física. Tal como os animais lutam uns com os outros como forma de brincar aprendendo as técnicas necessárias de defesa e caça também o Homem primitivo terá feito o mesmo (Ferchmin & Eterovic, 1982).

O desporto parece ter-se destacado e ganho um lugar à parte dos restantes tipos de jogos existentes tanto que, de forma geral, referem-se "desportos" e não "jogos desportivos" apesar de mesmo assim falar-se de *jogo do futebol* ou *Jogos Olímpicos*. Por outro lado a federação internacional de desportos SportAccord tem vindo a reconhecer outros tipos de jogos menos baseados na atividade física como o xadrez, automobilismo e até os videojogos (*e-sports*)

como desportos (2014). O desporto profissional como atividade remunerada contrasta contudo com a definição do sentido puro e desinteressado de jogo de Huizinga (1980).

Os Jogos de Mesa caracterizam-se por uma utilização contida do espaço físico que permite que sejam jogados numa mesa ou espaço semelhante. Diversos tipos de jogo fazem parte desta categoria desde jogos de cartas, a *dominó*, *dados*, jogos de tabuleiro ou até o *jogo do galo*. Tal como nos outros géneros existem jogos de mesa colaborativos, competitivos e individuais. Os jogos de cartas como o *jogo da paciência* podem ser individuais mas nesse caso existe um fim determinado no jogo (encontrar os pares todos) e não propriamente uma competição pela melhor pontuação. O *Jogo Real de Ur* e *Senet* são os dois jogos de tabuleiro mais antigos conhecidos e diversos outros como *Wei-qi*, *Dados* e *Gamão* têm proveniência não só antiga como de pontos variados do globo (Parlett, 1999).

E por fim surgem os videojogos.

1.2 Conceito de videojogo

Videojogos são todos os jogos que apresentam uma resposta audiovisual ao jogador através de um dispositivo como um ecrã. Como os videojogos utilizam imagens digitais e não objetos reais, potencialmente qualquer forma ou tema poderá ser representado, desde imagens abstratas até realistas. Existe igualmente a transcrição de uma grande parte de jogos de mesa e jogos desportivos para videojogo mas evidentemente estes últimos apresentam uma forma de jogar adaptada em relação à sua versão física. Os videojogos baseados em jogos de mesa apresentam a sua jogabilidade praticamente inalterada pois o seu conceito base parte de "(...) *um espaço delimitado e circunscrito pelo tabuleiro de jogo que tanto pode ser de cartão como feito de pixels e 'matéria' líquida digital*" (Gouveia, 2010, p.5). Jogar damas num tabuleiro ou no computador é em tudo semelhante a não ser pelo facto de, no computador, ser possível jogar solitariamente contra o próprio sistema ou então jogar, à distância, com um adversário *online*.

No campo dos *Game Studies* a definição de videojogo é abordada diversas vezes seja como tema específico ou como contextualização para um trabalho de investigação nesta área. Em *Rules of Play*, Eric Zimmerman e Katie Salen definem que "o jogo é um sistema em que jogadores envolvem-se num conflito artificial definido que termina com um resultado quantificável" (2004), ou de uma forma mais simples, "jogo é uma forma lúdica com objetivos e estrutura" (Maroney, 2001). Já Greg Costikyan faz a aproximação dos videojogos a uma forma de arte em que os jogadores deverão gerir recursos através de elementos disponibilizados pelo jogo de forma a alcançar um objetivo (1994).

Para Chris Crawford qualquer forma de entretenimento interativo é jogável, referindo livros e filmes como os exemplos opostos não interativos. Apesar disso verificam-se uma série de *nuances* que se traduzem em variações na sua definição de videojogo. Para Crawford a ausência de um objetivo pode tornar um videojogo num brinquedo a não ser que o utilizador invente as suas próprias regras e objetivos (2003). As séries de simulação *Sim City* (Maxis, 1989) e *The Sims* (Maxis, 2000) ou, mais recentemente, *Minecraft* (Mojang, 2009) seriam um exemplo desta vertente visto poderem ser utilizados de forma infinita e sem um objetivo pré-determinado, como um brinquedo. Por outro lado se o utilizador se propuser a ter objetivos concretos pode encarar as mesmas séries como videojogos. Esta classificação acarreta um maior grau de subjetividade retirando a decisão do criador em favor do jogador relativamente ao produto desenvolvido. Ao mesmo tempo torna-se evidente que jogar pressupõe um objetivo, uma vitória ou, se mal sucedido, uma derrota.

Jesper Juul apresenta um estudo comparativo neste campo apoiando-se em diversas definições anteriores e confrontando as suas abordagens, seja pelos seus autores ou pelas diferenças cronológicas em que foram escritas. Refere, entre outros, Crawford, Caillois, Huizinga, Zimmerman e Salen (2005, pp. 32-3). A conclusão a que chega é que é tudo uma questão de sintaxe pois apesar dos videojogos serem um meio em constante evolução, as definições já referidas mostram serem concordantes, complementares e essencialmente sinónimas. Salen e Zimmerman constataam esse mesmo facto considerando que uma concordância nos termos a utilizar é algo que beneficiará todos os interessados

e envolvidos nesta área (2004, pp.2-3). Essa concordância será contudo aberta e dinâmica, progredindo de acordo com a evolução do meio (Arjoranta, 2014).

Como em qualquer estudo ou até para clareza da comunicação no geral a utilização de termos diversos e variados neste contexto e, particularmente na língua portuguesa, dificulta a boa compreensão do tema e a determinação de consensos. Referem-se videojogos, jogos digitais, jogos de vídeo, jogos de computador, jogos de consolas ou jogos eletrónicos sem que se esteja muitas vezes a diferenciar algo entre eles. *Videojogo* é o termo mais comum e popularmente utilizado e tem tradução inglesa direta (*videogame*). André Carita, Nelson Zagalo, Ivan Barroso, entre outros autores nacionais adotam-no enquanto Patrícia Gouveia opta por utilizar o termo jogo digital. As definições para ambos os termos indicam tratar-se de um tipo de jogo que utiliza um dispositivo audiovisual como meio de tradução em imagens e sons a ser apresentados ao jogador.

A evolução tecnológica poderá eventualmente vir a alterar este tipo de definições devido aos avanços em áreas como a Realidade Aumentada (RA) ou a Realidade Virtual (RV) mas, até agora, os princípios básicos atrás referidos mantêm-se. Outro aspeto pertinente da evolução e transformação dos videojogos está no campo dos conteúdos tentando perceber até onde um videojogo pode ser de facto considerado dessa forma e como se difere ou compara com outras formas de interação digital seja no campo da arte interativa ou no campo das aplicações.

1.2.1 O interface, o jogador e o videojogo

No primeiro ponto referimos o jogo essencialmente como *objeto* não abordando aprofundadamente a relação do mesmo com o sujeito, ou seja com o jogador mas, de facto, o jogo só faz sentido quando manipulado/jogado por alguém.

Existem jogos de diferentes tipos no que toca ao número de jogadores, sejam eles individuais, ou com dois ou mais jogadores. Não obstante o número de participantes, em qualquer um dos casos existe sempre competição, seja

contra um sistema feito de regras e povoado por inimigos artificialmente gerados, seja diretamente contra outros opositores/jogadores.

Quando se fala de jogos desportivos como futebol ou ténis o desafio está, não só na competição contra os outros jogadores, mas também com o sistema fechado que o campo, elementos constituintes e regras do jogo determinam. A título de exemplo, no basquete só se pode manipular a bola com a mão e o objetivo é acertar no cesto enquanto o futebol é jogado com os pés com a finalidade de acertar na baliza. Nestes casos todos os elementos constituintes são fisicamente construídos para que o jogo resulte de forma fluida. A manipulação de uma bola construída com materiais e propriedades específicas para deslizar e saltar em diferentes medidas e a utilização de um cesto ou baliza com tamanhos especificamente determinados procuram manter um grau de desafio razoável. São elementos que servem o propósito do jogo, mas não são simbólicos de outras realidades. Por outro lado, no caso de diversos jogos de tabuleiro como o Xadrez, *Risco* (Parker Brothers, 1957) e *Monopólio* (Parker Brothers, 1933) o jogador move peças que simbolizam mais do que o objeto em si, sendo uma figuração para cada jogador, ou representativos de uma personagem existente numa narrativa contida no jogo.

Nos videojogos essa carga figurativa ganha novos níveis sendo que, por exemplo, num videojogo de Xadrez, além de cada peça representar simbolicamente um personagem com atributos específicos, a imagem virtual de cada peça é gerada para ser representativa do modelo do jogo físico ou outra imagem alusiva. Por outro lado, o jogador precisa de uma forma de interagir com esses elementos virtuais traduzidos em imagens digitais. As formas mais comuns de o fazer são a partir do rato e teclado em videojogos para computador e comandos com botões, gatilhos, controladores analógicos e direcionais em consolas e também no computador. Tal como Pedro Cardoso identifica, esses dispositivos ativam ações dentro do jogo não sendo diretamente representativos das mesmas. Os botões "A" ou "X" não são, de forma perceptível, figurativos de "ação" ou "salto" e nem sempre cumprem as mesmas funções em diferentes videojogos. Desta forma o jogador além de compreender as regras gerais deve também aprender a forma correta de como

interagir com o videojogo (Cardoso, 2013). Assim, em termos de fluidez de resposta, a jogabilidade resultará melhor ou pior conforme o jogador consiga utilizar de forma mais ou menos natural as suas regras e interfaces.

Ao longo da história dos videojogos em diversos momentos surgiram métodos de controlo alternativos melhor ou pior sucedidos. Os *joysticks* tradicionais perderam a sua relevância sendo substituídos pelos comandos atuais enquanto a *Power Glove* (Nintendo/Mattel, 1989) é um dos exemplos mais famosos do fracasso de um controlador baseado nos movimentos do jogador. Inovações mais recentes como o *Eyeto* (Sony Computer Entertainment, 2003), o *Wiimote* (Nintendo, 2006), o *Playstation Move* (Sony Computer Entertainment, 2010) e o *Kinect* (MICROSOFT, 2010) utilizam com maior sucesso o movimento como uma forma de controlo alternativa que resulta, na maioria das vezes, numa tentativa de aproximação das ações reais às ações traduzidas no videojogo. Esta aproximação e imersão não é total pois se, por um lado, é possível mover o *Wiimote* como uma espada em *The Legend of Zelda: Skyward Sword* (Nintendo, 2011), por outro, não se abdica do *Nunchuck* (Nintendo, 2006) como comando analógico necessário para mover o personagem. Mesmo com o *Kinect*, que rejeita totalmente o uso de um controlador físico em favor de um sistema de mapeamento e análise do corpo do jogador, o mesmo é aplicado essencialmente a minijogos com jogabilidade e objetivos simplificados quando comparados com videojogos com um método de *input* mais tradicional.

O *Oculus Rift* (Oculus VR, 2016) e o *Playstation VR* (Sony Computer Entertainment, 2016) são dois projetos relevantes em direção ao conceito de Realidade Virtual. Ambos misturam o dispositivo de visualização (um visor com ecrãs que ocupam todo o campo de visão do jogador com uma imagem estereoscópica 3D) com um método parcial de interação baseado no movimento da cabeça do jogador. O carácter inovador na utilização destes dispositivos reside essencialmente na imersão resultante do movimento da cabeça ser traduzido com precisão e latência reduzida no movimento da câmara virtual num videojogo 3D. O desafio seguinte coloca-se em como traduzir convenientemente as restantes ações, especialmente o movimento geral do corpo nesse espaço. O *HoloLens* (Microsoft, 2016) é outra aposta

interessante mais próxima da Realidade Aumentada com uma aproximação ao conceito de holograma.

Num caminho paralelo temos os ecrãs tácteis que se popularizaram nos videojogos com a consola portátil *Nintendo DS* (Nintendo, 2004) numa relação que continuou na sua sucessora *Nintendo 3DS* (Nintendo, 2011), na *Playstation Vita* (Sony Computer Entertainment, 2011) e também nos *smartphones* e *tablets* que usam os ecrãs tácteis como forma primária de *input*. Este tipo de jogabilidade utiliza, por vezes, a simulação de botões virtuais no ecrã para se aproximar de métodos de controlo mais tradicionais. Noutros casos são utilizados gestos, como em *Fruit Ninja* (Halfbrick Studios, 2010), em que o deslizar dos dedos é traduzido no cortar de fruta virtual. É também possível a interação direta do jogador no mundo virtual permitindo esmagar inimigos com os dedos como em *Zombie Smasher* (Italy Games, 2013) no que Cardoso identifica articulações tangíveis (2013).



Fig. 4 - Fruit Ninja (Halfbrick Studios, 2010)

Captura de ecrã



Fig. 5 - Zombie Smasher (Italy Games, 2013)

Captura de ecrã

Um exemplo particularmente interessante de jogabilidade criativa e da ligação jogador e videojogo encontra-se em *Tearaway* (Media Molecule, 2013). Controla-se um personagem que se quer encontrar com o próprio jogador que tem dessa forma uma participação ativa na narrativa como uma espécie de divindade com poder sobre um mundo virtual de papel. Este videojogo utiliza as variadas formas de *input* da Playstation Vita integrando cada ação numa lógica de poder sobrenatural do *Deus*. As habilidades disponíveis, entre outras,

incluem esmagar personagens mas também inserir os dedos no cenário e deformá-lo através do *touchpad* traseiro da consola. Além do *input* em si é interessante perceber que, no contexto deste videojogo, um dos papéis que o jogador representa é o de si próprio, interferindo diretamente com um mundo irreal.



Fig. 6 - Tearaway (Media Molecule, 2013)

Captura de ecrã

Na maior parte dos videojogos é mais frequente contudo o jogador encarnar apenas um personagem, específico ou opcional, numa narrativa pré-estabelecida, assumindo o papel de heróis tão diversos como Super Mario, Lara Croft ou Duke Nuken. Outros videojogos permitem a modificação e personalização de personagens para que o jogador se identifique mais com o seu *avatar*, algo que é usado principalmente em videojogos colaborativos ou competitivos *online* como por exemplo *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004).

Existem também diversos videojogos de puzzles abstratos como *Tetris* (Pajitnov, 1984) em que não há narrativa ou personagens, apenas elementos abstratos e regras de jogo. Nesses casos o jogador não encarna nenhum papel e o seu objetivo passa normalmente por resolver quebra-cabeças ou alcançar a melhor pontuação.

Seja qual for o caso, criam-se ficções interativas em que o jogador se envolve através de ações que não fazem parte do contexto normal da vida quotidiana. Mesmo em videojogos de simulação de atividades reais existe sempre distância relativamente à inspiração base. Um jogador profissional de futebol que jogue *FIFA* (EA Sports, 1993-2016) não joga no campo real da mesma forma que no videojogo. Em suma, o lugar e a ação do homem no videojogo podem ser variados seja em termos conceptuais ou nos seus meios de interação. Apesar disso devem surgir de forma desinteressada e num sentido lúdico paralelo às atividades comuns do dia-a-dia. Este pressuposto encontra-se presente desde os primeiros videojogos até os dias de hoje nesta indústria em constante evolução.

1.3 História e evolução dos videojogos

Os primeiros videojogos de que se tem conhecimento foram resultado de projetos de investigação individuais como o de William Higinbotham, criador de *Tennis for Two* (1958) ou a partir de pequenas equipas como a de Graetz, Russell e Wiitanen, os estudantes do MIT que criaram *Spacewar!* (1962). Apesar do foco dos projetos que levaram à sua criação ser sobretudo científico e tecnológico (Kent, 2001, p.33), pode considerar-se que surgiram a partir de uma utilização criativa e lúdica dos sistemas eletrónicos desenvolvidos e investigados. Estas experiências académicas rapidamente tornaram-se num negócio a partir de duas adaptações comerciais de *Spacewar!*. A primeira delas, apelidada *Galaxy Game* (1971), foi um sistema instalado na Universidade de Stanford que consistia numa máquina integrada numa cabine que permitia jogar depois de inserir-se uma moeda, é considerada a primeira *máquina de arcade* de videojogos. A segunda, *Computer Space*, no mesmo ano, teve já 1500 máquinas produzidas sendo lançada para venda a estabelecimentos comerciais. Apesar de não ter sido uma experiência bem-sucedida comercialmente, os seus criadores, Nolan Bushnell e Ted Dabney fundaram, no ano seguinte, a *Atari* e lançaram o seu videojogo *PONG* (Atari Inc., 1972), este sim alcançando um enorme sucesso. No mesmo ano chegou

ao mercado a primeira consola doméstica, a *Magnavox Odyssey* (Magnavox, 1972).

É evidente que os primeiros videojogos parecem bastante simples comparativamente a alguns videojogos atuais, o que, de certa forma, possibilitava o seu desenvolvimento individual ou a partir de equipas pouco numerosas. Apesar disso é necessário ter em conta que foram as primeiras experiências do género. Na *Magnavox Odyssey* a maioria dos elementos gráficos não fazia sequer parte do jogo em si mas de acetatos sobrepostos aos ecrãs de televisão que contextualizavam a ação.

A história dos videojogos não é demasiado longa mas apresenta uma rápida evolução ao longo dos anos bem documentada em obras como *The Video Game Explosion A History from PONG to PlayStation® and Beyond* (Wolf, 2008), *Replay: The History of Video Games* (Donovan, 2010) e *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon and Beyond - The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World* (Kent, 2001), entre outros. A sua evolução histórica é popularmente agrupada por gerações de consolas e computadores que correspondem a semelhanças em termos de características técnicas e também de períodos específicos de tempo.

GERAÇÕES	DESCRIÇÃO	PRINCIPAIS CONSOLAS	VIDEOJOGOS EM DESTAQUE
1ª (1972)	Primeiros sistemas normalmente continham apenas um videojogo e variantes do mesmo.	Magnavox Odyssey	PONG
2ª (1977)	Usam microprocessadores e cartuchos que permitem o desenvolvimento de videojogos mais complexos.	Atari	Space Invaders
3ª (1983)	A era de processamento 8-bit trouxe <i>sprites</i> mais detalhados.	NES Master System	Super Mario Alex Kid
4ª (1987)	A era de processamento 16-bit trouxe ainda mais detalhe nos <i>sprites</i> assim como técnicas de <i>parallax scrolling</i> .	Super Nintendo Mega Drive	Super Mario World Sonic the Hedgehog
5ª (1993)	A utilização de suportes óticos com uma maior capacidade de armazenamento de dados permitiu a inclusão de sequências de vídeo e um crescente enfoque em videojogos 3D.	Nintendo 64 Playstation Sega Saturn	Super Mario 64 Tomb Rider Nights Into Dreams
6ª (1998)	O processamento de gráficos 3D foi aprimorado ganhando maior realismo. Produziram-se menos videojogos 2D.	Dreamcast Playstation 2 Game Cube Xbox	Jet Set Radio Shadow of Colossus Super Mario Sunshine Halo
7ª (2005)	Controlos por movimento. Surgem as lojas digitais. Regresso de videojogos 2D maioritariamente desenvolvidos por criadores independentes.	Wii Playstation 3 Xbox 360	Super Mario Galaxy Uncharted Gears of War
8ª (2012)	Foco na componente social. Videojogos independentes ganham maior importância e destaque. Evolução gráfica mais subtil. Remakes de jogos em HD.	Wii U Playstation 4 Xbox One	Super Mario Maker Destiny GTA V

Tabela 1 - Gerações de Consolas Domésticas de videojogos

Também as consolas portáteis e os computadores têm passado por diversas gerações apesar destes últimos serem sistemas mais abertos e em constante evolução pelo que a sua delimitação torna-se menos evidente.

A primeira geração de consolas domésticas de videojogos (1972-1977) teve o seu declínio em 1977 devido à saturação do mercado com videojogos de baixa qualidade e um grande número de videojogos idênticos a *PONG*, existentes um pouco por todos os sistemas (Whittaker, 2004). Já nessa altura tornou-se necessário algo de novo e criativo e *Space Invaders* (Taito, 1978) trouxe renovado interesse na indústria coincidindo com a segunda geração de consolas que apresentava alguma evolução tecnológica (1977-1983). Surgiram paralelamente os primeiros computadores domésticos em finais da década de 70 que vieram abrir espaço para que alguns dos seus utilizadores comesçassem a programar videojogos. Inicialmente essas experiências poderiam ser distribuídas através de código impresso em revistas da especialidade ou enviadas por correio. Existia também venda das disquetes e cassetes, principalmente em lojas locais. Podemos considerar que esses criadores estavam à margem da indústria estabelecida no que hoje em dia poder-se-ia considerar como sendo Indie.

Computadores como o *ZX Spectrum* (Sinclair, 1982) e *Commodore 64* (Commodore International, 1982), entre outros, foram de grande importância neste sentido. Exemplo disso são os irmãos Richard e David Darling que começaram a desenvolver videojogos aos 11 anos de idade e a vendê-los através de pequenas publicidades em revistas como a *Popular Computing Weekly*. No ano seguinte formaram o seu “estúdio” *Galactic Software* e em 1986 a *Codemasters*, a sua própria editora, ainda em funções atualmente. Outro caso marcante é o de Philipe e Andrew Oliver, conhecidos como os *Oliver Twins*, que começaram a programar com 12 anos criando videojogos de sucesso como *Dizzy - The Ultimate Cartoon Adventure* (Oliver Twins, 1987) que se tornaram séries de videojogos. Estes casos de êxito de criadores tão jovens são um bom exemplo de que, apesar de ser uma indústria intimamente ligada à tecnologia, não vive apenas de evoluções técnicas mas também da

criatividade dos indivíduos que conceptualizam e criam videojogos, sejam eles programadores, artistas ou até jovens e crianças.

É importante destacar o papel de Shigeru Miyamoto, visto historicamente como uma das personalidades mais marcantes desta indústria, não era programador nem entendido em tecnologia. Foi contratado pela Nintendo como artista sobretudo para desenhar o exterior das suas máquinas de arcade. Quando lhe foi dada a oportunidade de criar personagens para videojogos Miyamoto conferiu-lhes uma qualidade estética diferenciadora que, mesmo contornando condicionalismos técnicos, mostrou-se marcante. As soluções visuais encontradas levaram ao desenho de mundos e personagens que criaram empatia com o público e tornaram-se parte da cultura popular. Ainda hoje Mario, Luigi, Donkey Kong, Zelda e tantos outros, são personagens e séries de sucesso não só da Nintendo, mas também alguns dos principais representantes dos videojogos de forma global.

Os avanços no processamento gráfico dos dispositivos utilizados permitiram uma maior flexibilidade que levou a que este meio se tornasse cada vez mais rico visualmente. Dessa forma, a participação de artistas no processo de desenvolvimento de um videojogo tornou-se cada vez mais relevante. Nas consolas domésticas passou-se dos sistemas a 8 Bits da *Nintendo Entertainment System* (Nintendo, 1983) e *Master System* (Sega, 1985) aos 16 Bits com a *Super Nintendo* (Nintendo, 1990) e *Mega Drive* (Sega, 1988). As animações 2D (*sprites*) tornaram-se mais detalhadas e a complexidade técnica e custo da produção de um videojogo também aumentou, o que determinou que as equipas de desenvolvimento se tornassem cada vez mais numerosas e mais dependentes do apoio de editoras.

Nas gerações seguintes os computadores pessoais e consolas continuaram a progredir em termos de capacidade de processamento popularizando os videojogos com ambientes e modelos tridimensionais. Mais uma vez a criação de Shigeru Miyamoto, *Super Mario 64* (Nintendo, 1996) aliou a arte e entretenimento à tecnologia criando um mundo 3D que se tornou uma referência para a jogabilidade em ambientes 3D. Ao mesmo tempo este tipo de inovação tecnológica tornou a produção de cada videojogo mais complexa

levando, por um lado a uma maior consolidação da indústria com a entrada da Sony no mercado mas, por outro lado, dando menor hipótese de intervenção a grupos de criadores independentes.

Apesar da evolução, a Nintendo tem-se mantido fiel ao seu estilo mais *cartoon* com videojogos que podem ser jogados por toda a família, mas a indústria, no geral, utilizou as capacidades crescentes de processamento gráfico como uma via de tentar alcançar um maior realismo. Resultado disso, desde 1994 as várias consolas *Playstation* (Sony) e, mais tarde as *Xbox* (Microsoft) mostram claramente essa tendência. Veja-se o exemplo do videojogo de futebol *FIFA International Soccer* (Electronic Arts), que teve a sua primeira versão em 1993 e foi lançado nos principais sistemas da época. Desde então tem tido anualmente novas versões, melhorando diversos aspetos mas o mais evidente será o seu grafismo. A versão de 2006 disponível já na *Sega Saturn* e *Playstation* apresentou pela primeira vez gráficos 3D em vez dos isométricos 2D da geração anterior. Daí em diante a resolução e detalhe de imagem aumentou progressivamente sendo cada jogador recriado em campo de forma perfeitamente reconhecível, tentando aproximar-se cada vez mais ao real.



Fig. 7 - FIFA 92



Fig. 8 - FIFA 96



Fig. 9 - FIFA 00



Fig. 10 - FIFA 04



Fig. 11 - FIFA 09

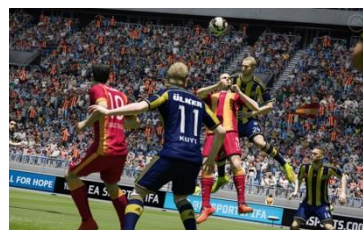


Fig. 12 - FIFA 15

Tabela 2 - Evolução gráfica de FIFA International Soccer (Electronic Arts 92-2015)

Capturas de ecrã

Esta procura pelo realismo é interessante e desafiante em termos técnicos mas, do ponto de vista artístico, pode conduzir a alguma monotonia pois a busca por um estilo gráfico realista leva a uma tendência para restringir a exploração de uma marca mais expressiva ou autoral.

Os videojogos do género *First Person Shooter* são um exemplo disso visto que impressionam em termos de realismo gráfico mas, quando comparados entre si, tornam-se muito similares, mesmo sendo produzidos por equipas e empresas distintas. Veja-se os exemplos como Battlefield 4 e Far Cry 3 em que o traço ou estilo de diferentes artistas, não sobressai de forma evidente mas sim algo como uma linguagem universal e *standart* de qualidade.



Fig. 13 - Battlefield 4 (Electronic Arts, 2013)

Captura de ecrã



Fig. 14 - Far Cry 3 (Ubisoft, 2012)

Captura de ecrã

A aposta em elevados graus de detalhe e complexidade técnica acarreta enormes custos financeiros o que leva a que as grandes empresas invistam em produtos nos quais têm alguma segurança de obter um bom volume de vendas, ou seja, no desenvolvimento de sucessivos títulos de *franchises* já estabelecidos. De sequela em sequela observa-se sobretudo alguma melhoria gráfica mas é evidente uma certa estagnação em termos criativos.

Comparativamente, pode verificar-se que em alguns videojogos que partilham o mesmo ponto de vista em primeira pessoa têm resultados opostos e únicos a nível visual. Muitos desses videojogos são criados por estúdios independentes. As diferenças não se ficam contudo pelo domínio estético, enquanto nos primeiros a temática dominante será o combate com armas de fogo num campo de batalha, no segundo caso aborda-se o sentido criativo do jogador, o raciocínio ou a exploração. Videojogos como *Minecraft* (Mojang, 2009) ou

Antichamber (Alexander Bruce, 2013) são exemplos notórios deste tipo de abordagem.



Fig. 15 - Minecraft (Mojang, 2009)

Captura de ecrã

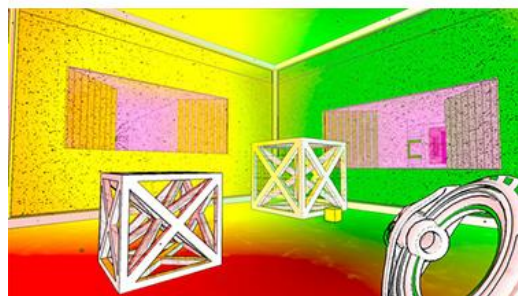


Fig. 16 - Antichamber (Alexander Bruce, 2013)

Captura de ecrã

1.3.1 Novas oportunidades na distribuição digital

Apesar das restrições técnicas e financeiras que mantinham a criação profissional de videojogos como uma área relativamente fechada, a produção para Web, com base no *software Flash* (Adobe) permitiu dois aspetos interessantes. Edmund Mcmillen refere que, por um lado a sua forma de desenvolvimento visualmente mais intuitiva atraiu designers e artistas a adotar essa ferramenta, por outro a possibilidade de disponibilizar animações e videojogos diretamente em *browser* era simples e atrativa como forma de disseminação global (2012). Sites como o *Newgrounds* (fundado em 1995) e *Miniclip* (fundado em 2001) funcionaram como portais aglomerantes de diversos conteúdos de entretenimento desenvolvidos em *Flash* e acessíveis de forma gratuita. McMillen é um dos nomes mais reconhecidos na criação independente de videojogos e começou a sua carreira precisamente desta forma. Ainda que sejam maioritariamente videojogos muito curtos e simples, denotam já um estilo visual e temáticas muito próprias deste artista que acabou até por readaptar *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010) e *The Binding Of Isaac* (Team Meat, 2011) e relançá-los posteriormente com sucesso como videojogos mais completos para PCs e consolas.



Fig. 17 - Super Meat Boy (Team Meat, 2010)

Captura de ecrã



Fig. 18 - The Binding of Isaac (Team Meat 2011)

Captura de ecrã

Apesar de muitos videojogos de criadores independentes estarem disponíveis *online* de forma gratuita mas conseguirem alguma rentabilidade através de publicidade, foi só a partir do novo milénio, com as plataformas de distribuição digital que o movimento Indie começou a ganhar notoriedade. Estas plataformas são na prática lojas *online* e apresentam-se como alternativa viável à compra física de videojogos. O acréscimo da velocidade de transferência de dados pela Internet, a comodidade do jogador adquirir os videojogos sem sair de sua casa e a possibilidade de promoções frequentes são incentivos a esta forma de aquisição. Algumas destas plataformas com maior sucesso são a *iTunes*, *Kindle*, *Netflix* e, especificamente para videojogos, a *Steam*, *Playstation Network*, *Nintendo eShop* e *Xbox Live Marketplace*.

A *Steam* é a plataforma mais popular de distribuição digital de videojogos no que toca a PCs e Mac. Foi fundada em 1996 por Gabe Newell e Mike Harrington da *Valve* como plataforma de distribuição e atualização dos videojogos desta empresa (*Half-Life*, *Counter-Strike* e *Portal...*). Mais tarde, em 2005, tornou-se aberta à distribuição global de videojogos de outras grandes empresas e também de criadores Indie. O facto de ser digital leva a que se elimine os riscos e custos da produção física da venda dos videojogos em loja, o que determinava que até então um criador independente dificilmente tivesse a hipótese de disponibilizar videojogos para venda ao público.

Em plataformas como a *Steam* o espaço é virtual e dessa forma, virtualmente ilimitado, assim é possível distribuir videojogos populares mas também títulos mais arriscados. É certo que uma competição de igual para igual entre os

pequenos criadores Indie e os gigantes da indústria como a *Electronic Arts*, *Activision* ou a *Ubisoft*, é injusta, seja em termos de meios e escala de produção ou de marketing, mas isso leva a uma alternativa interessante pelo lado do desenvolvimento independente: a aposta em projetos mais criativos.

Braid (Number None, 2008) é um exemplo desta afirmação, um videojogo de puzzle/plataformas em que tudo gira à volta da manipulação do tempo, tendo por base a capacidade do jogador retroceder as ações do protagonista Tim, resolvendo elaborados quebra-cabeças. Partindo dos tradicionais videojogos de plataformas 2D, um género pouco explorado a partir da 5ª geração de consolas em que o foco se voltou para o 3D, *Braid* faz uma homenagem ao passado ao mesmo tempo que o subverte.

O seu criador, Jonathan Blow demorou três anos no seu desenvolvimento, financiado com fundos próprios utilizados principalmente para remunerar o trabalho do artista David Hellman, contratado para criar as ilustrações e animações presentes no videojogo.



Fig. 19 - Braid (Number None, 2008)

Captura de ecrã

Apesar da componente estética não ter sido executada por Blow, Hellman seguiu as indicações do autor e foram feitas várias versões até obter o estilo gráfico desejado que remete para as pinceladas impressionistas, um estilo

incomum num videojogo. A escolha da música, adquirida a partir de licenciamento de músicas disponíveis *online* na editora independente *Magnatune*, ajudou a criar uma ambiência própria no videojogo e a sua sonoridade complexa e orgânica influenciou o aspeto visual do mesmo. A narrativa de *Braid* é exposta através de livros que fazem referencia à angústia por erros cometidos e é deixada aberta a múltiplas interpretações.

Em entrevista, Blow refere que teve como objetivo criar uma jogabilidade inovadora através da expressão artística de um videojogo (Parkin, 2008). Partindo de elementos tradicionais dos videojogos de plataformas, como salvar a princesa e derrotar os inimigos saltando em cima deles, a nova mecânica de distorção do tempo obriga a repensar todo o design e desafio de cada nível. *Braid* ganhou inúmeros prémios da crítica e foi um sucesso de vendas sendo seguido por outros videojogos Indie como *Super Meat Boy*, *Limbo* (Playdead, 2010) e *Fez* (Polyton, 2012).

Blow considera ainda que a inovação tecnológica serve apenas para esconder o facto de que os videojogos que jogamos não são suficientemente interessantes por si só para nos fazer repetir constantemente o mesmo tipo de experiências e, dessa forma, propõe um modelo de videojogo mais sustentável. Tal como outras formas de expressão artística não se limitam a uma evolução técnica para que as pessoas as queiram continuar a experimentar, os videojogos precisam de o fazer da mesma forma. Deverão criar mais empatia com o jogador em vez de trazerem só ação e divertimento. Para que se tornem efetivamente significativos devem começar a falar de sentimentos e fazer-nos pensar na nossa condição humana, (Blow, 2006). Os videojogos Indie, além de produtos de entretenimento, podem tornar-se então fonte de expressão autoral e experimentação para programadores, designers e artistas englobando áreas tão abrangentes como a exploração da narrativa interativa ou a expressão artística que nos podem até levar a questionar os limites que definem o que é um videojogo (Helman, 2004).

1.3.2 Novas oportunidades nos dispositivos móveis

Se por um lado as plataformas digitais de distribuição permitiram abrir caminho para que os criadores independentes pudessem fazer videojogos para consolas e PCs, o novo mercado com base nos dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*) e assente exclusivamente em plataformas de distribuição digital, veio a tornar-se um terreno de especial relevância para os mesmos.

O facto destes dispositivos, ao contrário das consolas e PCs, não apresentarem botões físicos, mas sim ecrãs tácteis, levou a diferenciar os videojogos lançados para estas novas plataformas. Se por um lado isso decreta uma tendência para se proceder a uma simplificação dos *inputs* nos videojogos lançados para estes dispositivos, permitiu também criatividade e experimentação. Assistiu-se à readaptação/criação e consolidação de subgéneros como é o caso dos *endless runners*⁶ e de novos videojogos especialmente nos géneros *arcade* e de *puzzle*.

Por outro lado, casos como os de *Angry Birds* (Rovio Entertainment, 2009), *Candy Crush Saga* (King, 2012) ou *Flappy Bird* (Dong Nguyen, 2013) mostram que para um videojogo ter sucesso num dispositivo móvel não tem que ser necessariamente complexo ou sequer muito criativo.

A facilidade de desenvolvimento e publicação de aplicações e videojogos para dispositivos móveis entusiasmou diversos artistas, programadores, profissionais e autodidatas a criar os seus próprios conteúdos. Isso tornou-se contudo um problema pois existe uma clara saturação do mercado. Segundo os dados disponíveis, durante o ano de 2014 foram lançados uma média de 500 novos videojogos por dia para dispositivos móveis (Graft, 2015) através da App Store e Google Play, ambas inauguradas em 2008. Por cada videojogo original de sucesso lançado surgem frequentemente dezenas de outros, popularmente referidos como *clones*, que copiam o conceito e jogabilidade

⁶ Baseados nos videojogos de plataformas, os *endless runners*, ou *infinite runners* caracterizam-se por ter um personagem que corre automaticamente e deve evitar obstáculos gerados aleatoriamente

apenas com pequenas alterações gráficas. Além disso, a simples existência de tantos videojogos e a força económica das principais empresas do segmento leva a que seja cada vez mais difícil alcançar visibilidade e sucesso com o lançamento de um novo videojogo. Conseguir Isso parece progressivamente mais difícil a não ser que seja feito um enorme investimento em marketing (Strock, 2012).

Os *criadores* de videojogos com aspirações à criação de obras mais complexas e autorais têm mantido o seu lugar sobretudo na produção de videojogos para PC e consolas onde a base de consumidores não é tão abrangente como nas plataformas móveis mas o valor dado a cada videojogo é mais elevado. Mike Bithell criador de *Thomas was Alone* (2012) afirmava em 2013 que para quem se manteve no segmento dos PCs e consolas a quantidade de equipas a desenvolver para plataformas móveis foi benéfica pois assim tiveram menos competição direta (Rose, 2013). Por outro lado, se alguns criadores que começaram a fazer videojogos de forma independente como *hobby*, conseguiram seguir uma carreira de forma comercialmente bem-sucedida, também alguns profissionais da indústria estão a optar lançar-se na carreira independente. O objetivo destes prende-se com frequência com o desejo de fazer passar a sua visão autoral e desenvolver os videojogos que gostariam realmente de desenvolver. Foi exatamente essa a opção de Jordan Thomas, Diretor criativo de *Bioshock 2* que decidiu abandonar o trabalho das grandes equipas na indústria e seguir o rumo mais pessoal da produção Indie. Nas suas próprias palavras:

“I was such a fidelity whore for so long that I would refuse to engage with the meaning of more primitive-looking constructs, and I think that was my weakness. But quite the opposite is happening lately. The projects made by two or three auteurs, or sometimes just one, are the ones that are speaking to me and taking me out of my comfort zone.”

(Ligman, 2013)

Refere-se a questão da vontade em sair da sua zona de conforto para seguir por caminhos mais intimistas. Realça-se o ponto importante da maior abertura ao desenvolvimento independente de videojogos possibilitada pelo uso de *software* como o *Unity* que o tornam mais acessível em termos técnicos e económicos. A indústria reconhece cada vez mais a importância dos videojogos Indie como títulos mais intimistas mas diferenciadores no mercado, importantes para contrabalançar o lançamento dos grandes *blockbusters*. Apesar do poder tecnológico nos PCs e consolas de última geração, a indústria sabe que não pode manter-se sustentável só com megaproduções, sinal disso é a quantidade de estúdios importantes que têm fechado nos últimos anos. Nesse sentido tem havido um incentivo e abertura cada vez maior à participação dos criadores Indie nas suas plataformas digitais (Rose, 2013).

Tem havido uma progressiva conquista de novos públicos consequência de consolas de sucesso como a *Nintendo DS* e *Wii* que apostaram não só em conteúdos para os jogadores frequentes mas também para um público mais alargado de jogadores casuais. A explosão e diversidade de videojogos desenvolvidos para *tablets* e *smartphones* continuou essa tendência democratizando a atividade de jogar videojogos. Apesar de ainda se falar em *hardcore gamers*, muitas vezes com sentido pejorativo, hoje em dia quase toda a gente joga com alguma frequência videojogos, mesmo que não tenha investido conscientemente em *hardware* dedicado a essa utilização. Este mercado alargado abriu novas oportunidades para uma maior diversidade de tipos de videojogos a ser produzidos, dos mais simples aos mais complexos. Por outro lado, com tantas plataformas e tanto conteúdo disponível assiste-se a uma saturação do mercado. Consolas com foco na criação independente como a *OUYA* provaram ser um fracasso comercial (Machkovech, 2015) apesar do interesse significativo mostrado pelo público aquando do seu desenvolvimento que resultou numa das campanhas de financiamento colaborativo (*Crowdfunding*) mais bem-sucedidas até à data (*Kickstarter*, 2015). As plataformas *iOS* e *Android* apresentam vários casos de enorme sucesso mas mostram igualmente que apenas uma parte extremamente diminuta dos seus conteúdos torna-se economicamente viável (Stamford, 2014). A enorme quantidade de videojogos gratuitos dificulta as hipóteses de sucesso para

videojogos pagos. Os modelos *freemium* acarretam por sua vez a dificuldade acrescida de necessitarem de um número muito elevado de jogadores para que se consigam tornar sustentáveis seja a partir de compras integradas ou de publicidade (Solomon, 2013).

Esta evolução histórica permite enquadrar o contexto que rodeia a produção independente de videojogos mas saberemos concretamente o que significa ser indie?

2. O que é um videogogo Indie?

O termo Indie não é utilizado apenas nos videogogos mas também nas mais variadas formas de cultura ou entretenimento. Provavelmente as mais reconhecíveis além deles serão o cinema e a música mas é algo que também pode ser associável à literatura, rádio difusão, design e até em contextos menos evidentes como o jornalismo, arte e desenvolvimento de *software*. Em qualquer um dos casos é sempre uma abreviatura do termo “independente” e, ainda que com semelhanças entre si, apresenta igualmente especificidades relativas a cada uma das suas aplicações.

2.1 As várias culturas Indie

Considerando a escrita literária uma atividade maioritariamente desenvolvida por um indivíduo, pode parecer evidente que toda a literatura pudesse ser vista como Indie. Desta forma se a literatura é algo que pode ser desenvolvido na sua quase totalidade de forma não colaborativa é também uma das formas de expressão em que o conceito de autor, de que falaremos mais detalhadamente no próximo capítulo, é mais explícito e reconhecido. A maior parte da literatura chega ao público através de uma editora que faz a sua impressão em massa, marketing e distribuição em lojas. Isso acontece normalmente por meio de contractos que vinculam um autor a escrever uma série de livros para essa mesma editora (Thielen, 2012) que pode eventualmente condicionar a independência criativa da escrita através da imposição de diretrizes. Paralelamente, a existência de publicações produzidas de forma mais artesanal e financiadas pelos próprios autores⁷ mostram-se como formas de publicação mais diretamente Indie. Com a progressiva democratização dos meios digitais e dos *eBooks* essas convenções têm evoluído, sendo que muitos autores optam por publicar os seus livros em formato digital. Dessa forma podem ser vendidos em *sites* próprios ou nas lojas de distribuição digital como *Amazon*, *iTunes* e *Google Play*, num processo semelhante à distribuição digital de

⁷ Conhecidas por vezes pelo nome *fanzine*

música, cinema e videojogos. Pode-se utilizar também serviços como o *Blurb*⁸, com impressão *on demand*, em que cada cópia comprada na página *Web* é impressa e enviada ao respetivo comprador. Neste formato encontra-se literatura de todos os tipos desde romances históricos a ficção científica ou banda desenhada. Os seus criadores poderão ser considerados escritores Indie mas, nestes casos, o termo é diretamente aplicável quanto à forma de distribuição e não ao seu conteúdo. A literatura é uma das formas de expressão que acarreta menos custos diretos em termos de produção e isso leva a que a imaginação dos seus criadores não experiencie limites e possa abordar as temáticas mais variadas. Assim na literatura cada escritor apresenta-se, de forma independente, como o responsável pelo conteúdo criativo do texto criado sendo portanto diretamente reconhecido como seu autor (Magill, 1974). Quer isso dizer que, neste contexto, Indie é sobretudo uma indicação de uma forma de distribuição.

No que toca à produção musical o termo Indie é bastante utilizado. O princípio de independência é o mesmo do anteriormente falado, a música de um artista ou banda deve ser criada, gravada, produzida e distribuída de forma independente das grandes editoras estabelecidas (Wells & Raabe, 2006, p.2). Durante as décadas de 80 e 90 várias editoras tais como a 4AD (1980) e a Domino Records (1993), consideradas elas próprias Indie, ganharam popularidade considerável através do seu catálogo musical de bandas que se tornaram referências como os Sonic Youth, Pixies, entre muitas outras.

Simultaneamente, a evolução tecnológica permitiu uma progressiva facilidade na gravação de elevada qualidade a partir de meios mais acessíveis a músicos com estúdios caseiros (Simmons, 2009). A internet surge ao mesmo tempo como uma forma de divulgação e distribuição direta de conteúdo que se torna exponencialmente mais vasto e abrangente (Peitz & Waelbroeck, 2005, p.363).

Apesar disso esse termo também é utilizado como referência a um género ou derivação dos vários géneros existentes e encontra um maior realce no Rock (*Indie Rock*). Essa utilização transmite uma ideia de um tipo de sonoridade

⁸ Disponível em <http://blurb.com>

característica dentro de um género sendo associada a bandas como os *Smiths*, *Arcade Fire*, *Artic Monkeys* ou *Radiohead*, independentemente do tipo de editora que possa fazer a sua distribuição e da situação contratual da banda. Encontram-se aqui semelhanças à classificação de videojogos e estúdios de videojogos como Indie em que não é só o modelo de produção como também o tipo de conteúdo produzido que os enquadra nesta tipologia.

A produção de cinema também emprega o mesmo carácter de dualidade entre forma de produção e género/estilo na utilização do termo Indie. Existem produtoras e distribuidoras independentes de cinema e até distribuição própria, principalmente se tivermos em conta os conteúdos que hoje em dia são criados diretamente para *Web*. Apesar disso o lançamento de filmes nas salas de cinema é maioritariamente associado à produção ou distribuição de grandes estúdios ou subsidiárias dos mesmos. Fora desse modelo o lançamento em sala é maioritariamente local ou limitado ao circuito dos festivais de cinema.

Nos anos 90 vários filmes Indie como *El Mariachi* (Rodriguez, 1992) *Pulp Fiction* (Tarantino, 1994) e *The Big Lebowski* (Coen, 1998) alcançaram um sucesso comercial considerável. Alguns estúdios independentes responsáveis por produções bem-sucedidas acabaram por ser comprados e absorvidos por outros de maior dimensão o que levou à criação de subsidiárias como a *Fox Searchlight Pictures* (1995), a *Focus Features* (2002) ou a *Warner Independent Pictures* (2003) que continuaram a caracterizar-se por ter um foco mais Indie (Andreas, 2006).

A partir da análise de alguns dos filmes Indie de maior sucesso em termos de bilheteiras (Reynoso, 2013) percebemos que em termos gerais têm em comum sobretudo narrativas de temática mais realista, pessoal ou contida. Pode-se alegar que isso deriva diretamente de uma falta de recursos/meios comparativamente com produções de maior orçamento que acaba por resultar num estilo próprio identificável. Mais uma vez entra-se no campo de utilizar o termo Indie como uma forma de estilo simultaneamente associada a uma produção com meios limitados.

Também aqui, o progresso tecnológico em termos informáticos e a gravação em formato digital vieram a permitir uma autonomia muito maior dos autores que agora podem, de facto, não depender obrigatoriamente de uma grande produtora para conseguir produzir e divulgar o seu trabalho.

Tendo em conta o modelo de cinema independente, Geoff King identifica três critérios distintos que podem daí ser transcritos na definição de videojogos Indie. Partindo das posições dos seus criadores quanto à sua localização relativamente à indústria, as suas opções formais e estéticas e a sua relação com a envolvente sociocultural, política e ideológica (2005).

Pode-se por outro lado constatar que o termo “filme independente” é aceite de uma forma geral por críticos, criadores e espectadores como forma e tipo de produção maioritariamente livres de interferências externas. Outra caracterização um pouco mais subjetiva define-o como sendo todo o filme que questione a produção *mainstream*, seja pela sua qualidade económica, tecnológica ou cultural. Eric Zimmerman considera que esta ideia pode ser igualmente aplicável ao campo dos videojogos (2002).

Segundo Jahn-Sudmann, a comparação entre cinema e videojogos independentes é díspar no que toca ao tipo de conteúdo. Se no contexto cinematográfico os criadores independentes procuram distinguir-se da restante indústria a partir de imagens e temas provocadores, por exemplo com violência excessiva, nos videojogos isso já acontece na sua vertente *mainstream*. Em videojogos de grandes estúdios como *GTA V* (Rockstar Games / Take Two Interactive, 2013) o foco é precisamente a violência e criminalidade e, além disso, é facilmente verificável, empírica e estatisticamente, que a maioria dos videojogos mais populares tem por base conteúdos violentos (Statista, 2015). A distinção trazida pelos criadores independentes tem assentado diversas vezes como uma forma de oposição, num tratamento diferente ou mesmo na ausência de violência (Sudmann, 2008).

Podemos assim verificar que, de uma forma geral, o termo Indie é predominantemente utilizado com o duplo sentido de “forma de produção” e “conteúdo/estilo” nas várias formas de cultura e entretenimento. Se cada meio

tem as suas características e especificidades quanto a estilo, já na relação tradicional que as indústrias criativas partilham com os seus criadores, da música ao cinema, literatura e videojogos, existem fortes semelhanças. De forma muito sintética, os criadores/autores produzem conteúdos criativos e negociam acordos de distribuição e financiamento com produtoras ou editoras em troca de *royalties* (Zimmerman, 2002). É igualmente comum, em todas estas indústrias, uma evolução e fragmentação dos suportes de distribuição e da forma como fruímos de cada uma destas experiências (Simmons, 2009).

2.2 Definição de videojogo Indie

A definição de videojogo Indie não é, até agora, consensual visto que o termo é abordado em diversas dimensões seja por criadores, críticos ou académicos. Apesar da sua relativa indefinição, também derivada de ser um meio em constante evolução, o facto de haver um interesse pela questão Indie é relevante para todas as áreas envolventes aos videojogos como a produção, investigação e toda a sua componente sociocultural (Simon, 2013).

Essa questão é posta em análise num artigo da revista *Indie Game Magazine* utilizando a comparação entre vários videojogos e referindo de forma intuitiva e empírica o que é *Indie* e o que não é (Gnade, 2010). De forma similar Juan Gril colocava a mesma questão dois anos antes num artigo de um dos *sites* de referência sobre a produção de videojogos, o *Gamasutra*⁹. Refere que o termo vem de “pensamento independente” ou seja, por um lado o criador do videojogo deverá estar livre de restrições colocadas pelas editoras e, por outro, deriva também da ideia geral de que deve ser financiado de forma independente. Apesar disso, considera que o mais importante na definição do conceito de Indie é o desejo do criador proporcionar experiências únicas ao jogador (2008).

Kellee Santiago é uma figura de relevo no contexto independente sendo que fez parte da *That Game Company*, o estúdio responsável por títulos aclamados

⁹ Gamasutra: The Art & Business of Making Games, disponível em <<http://www.gamasutra.com>>

como *Journey* (2012), *Flower* (2009) e *Flow* (2007). Está ativamente envolvida com a organização do festival *IndieCade* e com o programa de financiamento *Indie Fund*. Colaborou ainda na consola dedicada à produção Indie, *OUYA*. Santiago considera que ser Indie é inovar a fazer videojogos, quer seja de uma perspetiva criativa, na forma de produção ou até mesmo no modelo de negócios (Dugan, 2010). Os videojogos do seu antigo estúdio são frequentemente conotados como Indie ainda que Kellee reconheça que devido ao contracto de exclusividade que o estúdio teve com a Sony durante a produção dos mesmos, não seriam elegíveis para participação em festivais como o *Independent Games Festival (IGF)* ou *IndieCade*.

Em consulta às regras disponíveis *online*¹⁰ de submissão de videojogos a concurso no *IGF* verificamos que é referido como condição de participação que o trabalho seja desenvolvido no “espírito Indie por um criador artisticamente independente que faz os jogos que quer fazer”. Esta definição é algo ambígua pois sugere que cada candidato se defina pessoalmente como sendo Indie ou não, o que eleva ainda mais o carácter subjetivo desta questão. Igualmente subjetivo é o que se qualifica como “*espírito Indie*” sendo que de facto é algo que pode ser perceptível quase a nível emocional mais do que racional.

Este pensamento encontra paralelismo nas palavras de Kyle Gabler e Ron Carnel que formam o estúdio independente *2D Boy* definindo como seu objetivo a criação de videojogos inovadores, tal como relatam no seu *site*¹¹:

“2D Boy é um estúdio independente de videojogos sedado em San Francisco onde se faz jogos à velha moda – uma equipa de dois, algumas ideias e muito “amor”. O nosso objetivo é fazer jogos que toda a gente pode jogar com uma jogabilidade que nunca ninguém viu antes”

(2D Boy)

Eric Zimmerman mostrava em 2002 algumas dúvidas sobre a existência de videojogos Indie pois considerava que a eficácia da distribuição *online* deste

¹⁰ Página Web do Independent Games Festival disponível em <<http://www.igf.com>>

¹¹ Página Web do estúdio 2D Boy disponível em <<http://2dboy.com>>

tipo de conteúdos ainda teria que ser comprovada. Desde então a popularidade das plataformas de distribuição digital como a *Steam*, *WiiWare*, *Xbox Live* e *PSN* provam que essa condicionante foi ultrapassada. Zimmerman refere também que estes criadores devem diferenciar-se e parar de tentar alcançar o realismo estético que os cola a uma linguagem típica do cinema. Em vez disso, os videogames devem seguir a sua própria identidade como uma forma de expressão interativa e dinâmica que pode ir de encontro a uma forma de expressão autoral (2002).

Bart Simon diz ser irrelevante a criação de definições formais para termos como “Indie” ou até para “videogame” pois terão tendência para se tornar desatualizadas devido à constante inovação neste campo. Não nega porém que os videogames independentes possam ter um estilo estético ou de design comum mas considera que o termo é principalmente utilizado para falar, por vezes de forma bastante personalizada e pessoal, a partir do ponto de vista dos criadores, de todas as circunstâncias inerentes a um modo de produção e distribuição (2013).

Lindsey Grace refere que os limites do que é Indie não podem ser rígidos pois, tal como na Arte, é algo que deve ser sentido mais do que percebido. Além disso, é um campo em constante mutação e evolução, enquadrando aqui o termo no domínio do conteúdo ou experiência da obra criada. Paralelamente rejeita a classificação de videogames como Indie simplesmente tendo-se em conta o número de indivíduos que participaram na sua criação pois isso implicaria incluir neste domínio videogames normalmente associados à *indústria* que, quer pelo momento ou circunstâncias em que foram feitos, quer pelo seu grau de complexidade, puderam ser executados com recurso a equipas diminutas (2011).

Griebsch refere que o termo surgiu de forma pragmática sendo uma indicação da independência de um estúdio em relação a uma editora. Assim Indie seria todo o videogame editado diretamente pelo seu estúdio de produção (2012). Mais uma vez pode-se pôr o problema levantado por Grace relativamente à abrangência demasiado englobante que essa definição acarreta. Neste caso cabem nela estúdios compostos originalmente por uma só pessoa como o

Number None de Jonathan Blow até estúdios vastos como a *Epic Games*, *Ninja Theory* ou *Valve*. Griebisch refere porém que a definição de Indie rapidamente tornou-se mais vasta sendo o termo utilizado coletivamente de forma qualitativa apesar do seu significado ser individualmente definido por quem o refere (2012). Propõe ainda a avaliação de um videogame como Indie segundo essas duas dimensões e uma terceira, a cultura independente, sendo cada videogame mais ou menos Indie de acordo com a sua incidência em uma, duas ou todas elas (2012). Estes três pontos são diretamente comparáveis com a caracterização de cinema Indie de Geoff King (2005). Apesar de ser uma abordagem válida consideramos que uma classificação tripartida do termo Indie, precisamente por se referir a diferentes contextos, continua a gerar alguma confusão.

A questão Indie tornou-se mais evidente e pertinente nos últimos anos, do que em períodos passados, pois nunca antes tinha sido suficientemente relevante relativamente à forma como se traduz um “espírito *Indie*”, na forma e conteúdo dos videogames que daí advêm (Simon, 2013).

Como se pode verificar as várias propostas de definição deste termo, no contexto dos videogames, são maioritariamente complementares e não contraditórias, mostrando-se como duas abordagens principais para o mesmo tema: produção independente e estética independente, sendo que neste caso em estética englobamos todo o conteúdo do videogame, do grafismo ao som, narrativa e jogabilidade. Desta forma, e no contexto desta investigação, utilizaremos a definição que consideramos mais correta.

- Criador independente de videogames – É um indivíduo ou pequeno estúdio/equipa que cria videogames sem o apoio financeiro ou restrições criativas de uma produtora/editora durante a sua produção. Assim, de forma pragmática o resultado do trabalho destes criadores são videogames Indie (Dutton, 2012).

Posto isto, é importante realçar que tal como Saltsman refere em entrevista à *Eurogamer*, os criadores independentes não desenvolvem necessária e exclusivamente videogames no “espírito *Indie*” que segundo ele devem ter

propósitos artísticos e criativos acima dos comerciais ou que sejam, de alguma forma, inovadores (Dutton, 2012). Assim, consideramos que torna-se mais claro se a aplicação do termo Indie for apenas uma referência a um modo de produção (a partir de criadores independentes) e não uma classificação qualitativa de valor subjetivo como a que encontramos englobada no *espírito Indie*. Consideramos que o significado desse *espírito Indie* prende-se mais diretamente com um sentido de expressão autoral dos criadores de videojogos que, por outro lado, não é exclusivamente proveniente do desenvolvimento independente, mas pode ser mais facilmente alcançável nesse modo de produção. Dessa forma justifica-se também a postura de certos criadores, que colaboraram no desenvolvimento de videojogos de grandes editoras, optarem por deixar um emprego mais seguro para criar videojogos no modelo independente que, como contrapartida, lhes permita uma maior realização pessoal e liberdade criativa (Grubb, 2014).

2.3 A cultura dos videojogos Indie

Consideramos relevante a percepção da existência de videojogos como uma forma de expressão autoral e artística e que os seus autores, que realmente criam algo original fruto do desenvolvimento de um estilo pessoal, sejam de facto reconhecidos e valorizados pelo trabalho desenvolvido. Este tipo de valorização traz implicações em diversos campos, desde a investigação sobre videojogos assim como para os seus intervenientes comerciais, sociais e culturais (Simon, 2013). A criação independente de videojogos tem sido uma ajuda nesse sentido e a cultura e ideologia de autonomia e criatividade refletem-se também numa componente social que a abrange. Os festivais, as *Game Jams*, o financiamento e até a partilha de ideias entre criadores independentes e jogadores através de *blogs*, fóruns e redes sociais são aspetos relevantes neste sentido.

Se nos anos 80 o contacto e informação sobre quem desenvolvia videojogos no ZX Spectrum eram escassos, a internet veio mudar completamente essa situação. Além da produção em si a cultura Indie traz também uma maior

proximidade entre os criadores, críticos e jogadores. Hoje em dia o *Twitter* e *Facebook* são encarados como ferramentas de promoção em que os criadores podem comunicar, de forma direta, com o seu público-alvo. Essa relação poderá ter pontos positivos e negativos, veja-se o caso de Phil Fish, criador de *Fez* (Polytron, 2012) que apesar de ter alcançado sucesso crítico e comercial com o seu primeiro videogame, decidiu afastar-se desta indústria depois de discussões *online* com ataques pessoais ao seu carácter (Hollister, 2013). Como repercussão desses acontecimentos recebeu algum apoio mas sobretudo mais críticas seja da imprensa de videogames, de *bloggers* e *youtubers* ou simplesmente de utilizadores comuns que comentam artigos.

O documentário *Indie Game The Movie* (Swirsky & Pajot, 2012) deu destaque e voz aos criadores de três videogames em diferentes estágios de vida. O filme abordou Jonathan Blow que refletiu sobre o seu videogame já lançado (*Braid*), a dupla Tommy Refenes e Edmund McMillen, acompanhando a experiência de lançamento iminente do videogame *Super Meat Boy* e Phil Fish que deparava-se com dificuldades no desenvolvimento de *Fez*. Esta abordagem documental sobre os criadores por trás de videogames independentes de sucesso solidificou, para um público mais abrangente, estas figuras como referências no campo da criação independente de videogames mas também os expôs a potenciais ataques sobre si próprios. A possibilidade de uma comunicação *online* com os jogadores e críticos poderá ter então tanto consequências positivas como negativas, dependendo de cada um a forma como gere essa relação. A comunicação entre criadores é também importante, seja em ocasiões específicas como festivais ou de forma mais continuada *online*. Serve como uma fonte de partilha de opiniões e experiências, mas também de conhecimentos e, por vezes, até mesmo de recursos utilizados em produção.

Apesar de toda a abertura e comunicação que a Internet permite coloca-se sempre o problema de como conseguir o destaque necessário para divulgar convenientemente os conteúdos que se estão a desenvolver. Esse problema é principalmente evidente para os novos criadores de videogames ainda que *sítes* como o *Indie DB* procurem dar uma oportunidade de destaque. O papel de

sites de entretenimento e videojogos como o *IGN* e *Gametrailers*¹² é também importante ainda que se concentrem sobretudo em artigos sobre os videojogos das maiores produtoras. Felix Kjellberg, conhecido *online* como *PewDiePie*, e outros *youtubers* de sucesso, dedicam por vezes *episódios* nos seus canais *online* a jogar ou criticar videojogos independentes. Está provado que isto é potenciador, sem dúvida, de um grande impulso em termos da visibilidade (Clarysse, 2015). Torna-se contudo bastante difícil ter a oportunidade de fazer um videojogo aparecer num vídeo de um *youtuber* bem-sucedido devido à quantidade de requisições que recebem ou pelo simples facto de cada um dos quais ter apenas a possibilidade de aceder e jogar a uma fração pequena do que lhe é solicitado e que escolhe jogar.

Como forma de apoio ao desenvolvimento existem vários *sites* de financiamento pela comunidade (*crowdfunding*) dos quais os mais conhecidos são o *Kickstarter* e o *Indiegogo*¹³. Apesar de não serem exclusivamente direccionados para videojogos, provaram ser extremamente eficazes nalguns casos. Os seus maiores sucessos são contudo mais frequentemente provenientes de criadores veteranos da indústria do que de novos criadores o que, por um lado, é compreensível devido a uma maior confiança depositada por parte do financiador em alguém que tem provas dadas de trabalho. Por outro lado, pode afastar-se um pouco da ideia do apoio de novas ideias criativas pois recompensa e destaca criadores com maior capacidade de apoio direto de grandes editoras. Veja-se o caso da campanha de *Kickstarter* de *Shemvue III* (Ys Net) que arrecadou um total de 6,333,295 dólares a partir das contribuições de 69,320 financiadores. Apesar de ser um valor elevado não é de todo suficiente para o videojogo que se propõe fazer e que se percebeu entretanto contar com o apoio da Sony, o que gerou alguma controvérsia *online* (Houghton, 2015). Percebe-se nestes casos que estas plataformas estão a ser utilizadas no sentido de apoiar o trabalho de autores já conhecidos da indústria dos videojogos e da nostalgia inerente aos videojogos anteriormente criados por eles. De Tim Schafer a Yu Suzuki e Keiji Inafune, o pedido de

¹² Indie DB disponível em <<http://indiedb.org>>; IGN Disponível em <<http://ign.com>>; Gametrailers disponível em <<http://gametrailers.com>>

¹³ Kickstarter disponível em <<http://kickstarter.com>>; Indiegogo disponível em <<http://indiegogo.com>>

financiamento público veio sempre ao encontro de poder tornar realidade os videojogos que esses autores queriam fazer que, coincidentemente ou não, são sequelas diretas ou novos videojogos baseados em outros que trazem bastante nostalgia aos jogadores mais experientes (por *exemplo Monkey Island, Shenmue e Megaman*, respetivamente). Existe aqui um reconhecimento da figura autoral a qual referiremos posteriormente.

O *Indie Fund* é outra forma de financiamento desenvolvida por criadores *Indie* bem-sucedidos como uma forma de retribuição e encorajamento a novos criadores. Como membros fundadores encontramos alguns dos principais intervenientes neste segmento como Ron Carmel, Kyle Gabler, Jonathan Blow e Kellee Santiago, entre outros (Carless, 2010). A abrangência deste fundo é limitada a cerca de 2 ou 3 videojogos por ano mas visa permitir e motivar a liberdade criativa dos seus intervenientes.

O *Steam Early Access* é um novo modelo de financiamento de videojogos introduzido em 2013 pela plataforma digital *Steam* em que os jogadores poderão adquirir versões alfa de videojogos ajudando no seu financiamento e, simultaneamente, experimentando e comentando o seu desenvolvimento.

Por fim, a popularidade dos *Humble Indie Bundle* é também um importante contributo para a visibilidade e venda de videojogos independentes. A partir de conjuntos de videojogos aos quais o comprador poderá atribuir o preço que entender, parte da receita reverte a favor dos criadores e outra parte para caridade. Esta abordagem motiva a compra desses conjuntos de videojogos e, ao mesmo tempo, permite dar a conhecer alguns títulos que de outra forma não seriam adquiridos ou sequer notados pelos jogadores. O ponto negativo destas e outras promoções é que pode existir a tendência do público-alvo optar por não adquirir tão rapidamente certos videojogos por preferir esperar por inevitáveis reduções de preços, numa desvalorização dos mesmos. Ainda relativamente aos *Humble Indie Bundle*, na sua quinta edição foi incluído o videojogo *Psychonauts* desenvolvido pela *Double Fine Productions* de Tim Schafer mas originalmente editado pela *Majesto* e *THQ*. Estas empresas detinham os seus direitos de publicação que posteriormente reverteram a favor da *Double Fine Productions*.

Com este tipo de produção, e considerando que teve um orçamento de 13 milhões de dólares, torna-se evidente que a sua classificação como videojogo *Indie* é errónea (Stern, 2012). Confunde-se mais uma vez um videojogo com um carácter mais criativo e autoral com um termo que deverá ser aplicado a uma forma oposta de produção.



Fig. 20 - Psychonauts (Double Fine Productions, 2005)

Captura de ecrã

Por fim os Festivais como o *Independent Games Festival* e o *Indiecade* tornam-se as maiores montras para alguns dos videojogos *Indie* mais interessantes divulgados em cada ano. As *Game Jams* são pretextos para juntar, normalmente fisicamente, vários criadores em equipas e produzir rapidamente pequenos protótipos. Decorrentes destas limitações, os resultados apresentam-se por vezes soluções criativas que poderão ser futuramente desenvolvidas em videojogos mais completos. Existe neste contexto uma sensação de partilha entre os criadores sendo um meio em que é mais comum falar-se em colaboração do que em competitividade direta. Há neste tipo de ambiente uma clara postura de trabalho mas também de diversão, sem uma preocupação com viabilidade económica ou lucros. Abraça-se a arte de fazer videojogos como uma forma de expressão de criatividade, inovação e experimentação artística.

Conclusões da 1ª Parte: O videojogo Indie

A partir da recolha e estudo de definições de diferentes autores sobre o significado de atividade lúdica, de jogo e, por fim, de videojogo, percebemos que as várias propostas e abordagens são essencialmente complementares e sinónimas. Nesse sentido, a definição elaborada por Salen e Zimmerman é bastante concisa e direta sendo que *"jogo é um sistema em que jogadores envolvem-se num conflito artificial definido que termina com um resultado quantificável"* (2004).

O videojogo partilha essa definição que deve ser complementada de acordo com a sua componente tecnológica e assim podemos considerar que videojogos são jogos que apresentam um *feedback* audiovisual ao jogador através de um dispositivo como um ecrã.

Os primeiros videojogos surgiram sobretudo como resultado de experimentação tecnológica desenvolvida por indivíduos e pequenas equipas de investigação. A rápida evolução dos dispositivos permitiu uma maior abrangência da experiência audiovisual resultante assim como da dinâmica de interação com a mesma. Isto levou a que as equipas de produção se tornassem progressivamente mais numerosas e multidisciplinares numa ligação próxima entre as tecnologias e as artes.

Uma maior complexidade em termos de produção envolve uma estrutura financeira mais controlada. Isto levou a que os estúdios de criação se tivessem tornado progressivamente mais dependentes de ligações diretas com grandes editoras que financiam e distribuem videojogos. Com vista à maximização de lucro, tendo em conta os elevados custos de produção, a *indústria* começou a arriscar cada vez menos em ideias novas cuja aceitação pública seja indeterminada. A aposta em géneros de sucesso comprovado como os *First Person Shooters* e a tendência evolutiva de constante aproximação a um realismo cinemático leva a uma repetição de experiências apenas subtilmente aprimoradas. Blow considera que a inovação tecnológica é apenas uma forma de justificar e disfarçar uma falta de aposta na criatividade e ambição em criar uma maior ligação emocional com o jogador (2006). Assim, em vez de se

depende dela é possível optar por um caminho alternativo de maior experimentação e expressão artística.

Os progressos na velocidade de transferência de dados pela Web possibilitaram a abertura e democratização de plataformas de distribuição digital, (lojas digitais *online*) como a *Steam*, *Playstation Network*, *Xbox Live*, *Nintendo eShop*, *App Store* e *Google Play*. A dramática redução de custos da publicação *online* comparativamente com a disponibilização de stocks em lojas físicas abriu caminho à comercialização de videojogos de novos estúdios independentes. Estes estúdios procuraram o seu lugar e uma forma de diferenciação relativamente aos títulos desenvolvidos pelos grandes estúdios com valores de produção com os quais não poderiam competir. Essa diferenciação partiu da criatividade patente em novos conceitos e narrativas, jogabilidade e estilo gráfico destes videojogos independentes. Assim, novos criadores e profissionais da área, começaram a desenvolver novos conteúdos que correspondiam ao que ambicionam fazer e expressar como criadores independentes.

Analisando várias formas de cultura e entretenimento como a Música e o Cinema, percebemos que o termo Indie também é utilizado nesses contextos, com um duplo sentido, referindo-se por um lado a um modelo de produção e por outro a um estilo, umas vezes aceitando-os conjuntamente, outras em separado. O mesmo acontece na definição de videojogos Indie. Por uma questão de clareza situamos, no âmbito da nossa investigação, a definição de “criador independente de videojogos” como um indivíduo ou pequeno estúdio/equipa que cria videojogos sem o apoio financeiro ou restrições criativas de uma produtora/editora. Assim, e de forma muito pragmática, o trabalho feito por um criador independente de videojogos é um videojogo Indie.

Esta definição confere apenas uma dimensão ao conceito de Indie, a de um modelo de produção, afastando simultaneamente uma segunda dimensão qualitativa, de valor subjetivo.

Essa segunda dimensão que se considera como um *espírito Indie* (*Indie feel*) relaciona-se mais diretamente com um sentido de expressão autoral que é

potenciada nas produções independentes, ainda que não seja exclusivo das mesmas.

Por fim, a cultura envolvente aos videojogos Indie implica a partilha de experiências e a proximidade entre criadores e jogadores, com tudo o que possa trazer de positivo ou negativo. Identifica-se uma ligação mais direta entre o autor e a obra criada em exemplos de grande qualidade que se tornaram referência no segmento. Demarcam uma certa postura e estilo, o *espírito Indie*, mais criativo e artístico. Esta postura não é porém comum ou objetivo de todos os criadores independentes que poderão ter abordagens mais convencionais, próximas aos valores dos videojogos dos estúdios de maiores dimensões ou focadas num mercado mais casual.

No próximo capítulo exploraremos essas diversas vertentes focando-nos em maior profundidade com a que se coaduna mais proximamente com o tema desta investigação, a vertente de diferenciação e criatividade que associamos ao conceito dos Videojogos de Autor.

2ª Parte:

A expressão autoral nos videojogos Indie

3. O autor de videojogos

Tal como vimos anteriormente, a criação de videojogos é uma área multidisciplinar que conjuntamente com a sua vertente tecnológica explora também uma componente artística relevante. O facto do desenvolvimento de um videojogo resultar de uma junção de uma série de diferentes áreas e de ser maioritariamente um trabalho colaborativo não implica que uma autoria não seja identificável ou reconhecível. Consideramos que uma identificação de autores de videojogos poderá ser benéfica para o progressivo estudo e desenvolvimento desta indústria, tanto como forma de entretenimento como de cultura. A questão da autoria não é algo de novo nas artes e é facilmente compreensível em termos de obras produzidas por um só criador, mas com o envolvimento de diversos intervenientes, poderão surgir dúvidas. Estabeleceremos, portanto, um paralelo com a figura de autor do cinema por considerarmos ser a área mais próxima do tema de trabalho, tanto pela sua construção colaborativa como por se tratar de uma área que engloba simultaneamente cultura e entretenimento.

3.1 O conceito de autor

As evidências históricas conhecidas sugerem que a arte não surgiu como sinónimo da criatividade dos seus autores, mas como uma representação do *mágico* e, posteriormente, do *divino*. As pinturas rupestres sugerem-nos uma utilização como forma sobrenatural de materialização ritualista com o fim de ajudar nas tarefas mundanas. Segundo as interpretações mais aceites na comunidade científica, o seu objetivo partiria de uma crença e de uma funcionalidade específica (Benjamin, 1936). Da magia à religião o papel do artista passava sobretudo por ser um canalizador, ou representante da inspiração e temáticas divinas. Só depois do Renascimento é que a figura do artista passou a ser reconhecida e encarada não apenas como um canal de Deus, mas como um ser criativo e possuidor de um estilo próprio. Apesar disso, a atividade artística não era propriamente independente, mas sim patrocinada

pela Igreja e pelas famílias mais ricas como mecenas. As célebres obras de Botticelli, Michelangelo e Da Vinci são sobretudo trabalhos feitos nestes moldes. São trabalhos por encomenda, ainda que isso não lhes retire o mérito da obra realizada.

No que toca a artes como a pintura, escultura e literatura, a questão de autoria é desde então inerente à sua natureza, mas o mesmo não acontece numa forma artística colaborativa como o Cinema em que o mesmo tipo de visão autoral pode encontrar maiores dificuldades para fazer-se sentir. Quando o Cinema começou a deixar de ser visto como uma mera atividade industrial ligada ao entretenimento e começou a tornar-se uma forma de expressão mais pessoal e íntima, apenas aí começou a ser considerado como uma forma de Arte (Cook, 1985, 114).

De Lev Tolstoi a George Orwell, William Shakespeare, José Saramago ou J. K. Rowling, na literatura todos os escritores são reconhecidos publicamente como autores, independentemente de quaisquer juízos de valor das suas obras. Por outro lado, em formas menos tradicionais de literatura como por exemplo na Banda Desenhada, o sentido de autor pode tornar-se bastante mais diluído. Apesar do *Homem Aranha* ter sido criado em 1962 por Stan Lee e Steve Ditko, as suas aventuras foram escritas e desenhadas desde então por múltiplos autores. Até a autoria da criação dos heróis de banda desenhada é por vezes repartida entre dois autores, um escritor que cria o conceito e um artista que o transforma num personagem visível. Nestes casos os leitores regulares seguem as aventuras dos personagens que apreciam, independentemente de quem as escreve ou desenha. Isso acontece principalmente no caso das revistas mensais, por outro lado, nas Novelas Gráficas (*Graphic Novels*), que Alexandra Dias define como edições especiais autocontidas (2012, p.124) verifica-se o fenómeno quase inverso. Aí, autores como Allan More, Dave McKean ou Frank Miller ganharam destaque pela qualidade das suas narrativas conjuntamente com artistas como Dave Gibbons e Alex Ross que foram reconhecidos pelo seu vincado estilo visual. Um leitor poderá então adquirir uma novela gráfica por curiosidade pelo conteúdo em si ou por ser apreciador da obra de determinado autor.

Os criadores independentes, pela sua experimentação e liberdade criativa foram o veículo para uma cultura de expressão autoral no Cinema e consideramos que possa existir um efeito paralelo no campo dos videojogos. Do período socioeconómico e tecnológico pós Segunda Guerra Mundial vincou-se a ideia da figura de autor de Cinema possibilitada pelo aparecimento de câmaras de filmar de 16mm, mais leves e económicas que retiraram a exclusividade da realização de filmes aos principais estúdios existentes à época (Demirbas, 2008). Particularmente notório em França, este fenómeno foi impulsionador de um tipo de cultura cinematográfica que ainda hoje se faz sentir. O trabalho do realizador cinematográfico, como criador independente com um maior grau de liberdade deveria ser mais solto e representativo de si próprio. A realização cinematográfica de cada autor não deveria ser apenas uma representação direta e impessoal de um texto literário, mas ter o seu estilo próprio, usada como uma forma de expressão do seu autor, tal como nas outras artes. Alexandre Astruc descreve-o simplesmente como a forma como o autor escrevia com a câmara (1948). Esta forma de trabalhar e, sobretudo de se expressar, criou uma diferenciação entre autores como estilos pessoais identificáveis (Gerstner, 2006, p. 6).

A revista *Cahiers du Cinéma* foi um dos principais meios de divulgação, teorização e incentivo desta nova corrente numa *Política dos Autores*. Acreditavam que o significado de um filme não advinha somente de um texto previamente escrito, mas da forma como o realizador usa a linguagem fílmica para contar, pela sua voz, essa narrativa (Gillain, 1990, p. 71). Um autor de cinema será, portanto, aquele que demonstra criatividade e arte numa obra que apresenta uma visão consistente e coerente do mundo através de um estilo pessoal individual (Demirbas, 2008).

Este tipo de abordagem, mais criativa e desafiante, aparecia em contraste com o Cinema comercial dos grandes estúdios que, tal como no seu paralelo no campo dos videojogos, mostrava-se como pouco criativo, produzindo com os melhores meios, mas seguindo apenas uma abordagem de apostas comercialmente seguras que não elevam o meio. François Truffaut criticava intensamente essa abordagem referindo que apenas cerca de 10% dos filmes

anualmente produzidos mereciam a atenção dos verdadeiros críticos e cinéfilos (1954). Este tipo de contestação ao Cinema estabelecido teve os seus frutos resultando no movimento *Nouvelle Vague*, muito mais aberto a novas ideias de jovens realizadores, à arte e experimentação. Destacaram-se realizadores como o próprio Truffaut, Jean-Luc Godard, Agnès Varda, Claude Chabrol, entre outros, numa valorização do seu espírito criativo e estilo de realização pessoal que lhes conferia a autoria criativa do filme realizado, em detrimento do argumentista que apenas escrevia o guião. Este movimento teve importantes repercussões no cinema mundial e especificamente na indústria de Hollywood em que alguns dos seus maiores realizadores, de Coppola a Robert Altman, Martin Scorsese e Brian de Palma reconhecem a sua importância. Os jovens realizadores de Hollywood dos anos 60 adotaram a mesma política de autor em detrimento do cinema mais comercial que se encontrava estagnado em filmes que não traziam novas visões. O papel dos realizadores/autores e sua obra torna-se então um importante critério de escolha e preferência para os espectadores e cineastas (Cook 1985, p. 137).

Segundo Andrew Sarris a elevação do trabalho de realizador até autor passa por três níveis:

1. O domínio das competências técnicas da utilização da linguagem cinematográfica;
2. A coerência estética que unifica o trabalho do realizador;
3. O ponto de vista pessoal e mensagem passada nos seus filmes;

(Sarris, 1962, p. 563)

As filosofias estruturalistas contrariam o sentido de realizador/autor como o criador principal da obra cinematográfica encarando-o apenas como mais uma de várias peças pré-existentes intervenientes no processo e estrutura do filme como um todo. O conceito de *Autor* começou a perder popularidade e a interpretação do *texto* feita pelo público ganhou destaque. Nesse sentido alegava-se que o reconhecimento de um autor poderia ser visto como prejudicial ou tendencioso relativamente ao *texto* pois o espectador poderia limitar o significado da obra conhecendo a visão do criador (Barthes, 1967).

Poderemos também identificar o autor em três dimensões que apesar de distintas são correlacionáveis:

1. Como a origem que expressa conscientemente uma mensagem;
2. Como personalidade que apesar de não ter plena completa consciência, apresenta uma personalidade coerente;
3. Como assinatura, como uma espécie de traço ou característica recorrente que o autor emprega na sua obra;

(Steiger, 2003, pp. 30-43)

De Deleuze a Derrida e Baudrillard, as definições e discussões sobre a problemática da autoria são vastas e, por si só, material suficientemente abrangente e complexo para investigação própria, mas neste caso, concentrar-nos-emos sobretudo no nosso objeto de estudo. A identificação de um autor no campo dos videojogos pode ser benéfica como transição desta área como apenas entretenimento para uma expressão cultural, da mesma forma como aconteceu no Cinema. O nome do autor como uma marca é também um conceito interessante que se verifica na Indústria de Hollywood a partir de realizadores que se destacaram na história do cinema, e também com resultados comerciais que beneficiam toda a indústria. Ao assistir a um novo filme de Tim Burton, Lars Von Trier ou David Lynch sabemos, ou contamos à partida, com um certo tipo de experiência consistente com o trabalho autoral de cada um dos realizadores. Em termos académicos o estudo aprofundado do trabalho desenvolvido por autores de videojogos pode trazer um foco ainda maior dos *Game Studies* nos processos de conceptualização e design de videojogos e nos seus intervenientes.

3.2 O autor/es de videojogos e os videojogos de autor

Apesar do conceito de *Cinema de Autor* não ser tão usado hoje em dia não quer dizer que esteja de todo ultrapassado. Em parte, também no campo do Cinema, o conceito de *Autor* tem vindo a ser associado/confundido com *Indie*. Consideramos, apesar disso, que mesmo que se possa considerar o conceito

de Autor no Cinema como transitório foi, apesar disso, uma peça importante no desenvolvimento do mesmo como forma de expressão e, pode igualmente sê-lo no campo dos Videojogos. Ao mesmo tempo, a especificidade de características que engloba o meio dos videojogos faz com que devam ser experimentados de forma própria e independente. Os filmes são para ser vistos e os videojogos para ser jogados. Estas duas experiências, ainda que partilhem pontos em comum, são na sua essência diferentes. Na primeira a fruição e análise surgem sobretudo da contemplação e na segunda da participação (Aarseth, 2003, p. 5).

Se no Cinema o traço do autor pode ser mais facilmente identificado pelo tipo de diálogos, planos e edição, nos videojogos existem ainda mais fatores a ter em conta e pode não ser tão evidente onde se encontra a verdadeira marca e contributo dos seus autores. Além disso, tal como no Cinema e outras obras colaborativas, o valor do autor em si pode ser questionável pois não se deve desvalorizar todo o contributo dos diversos membros das equipas de produção. O tipo de iluminação poderá ser na verdade um traço autoral / característico do trabalho de um Diretor de fotografia ou os diálogos de um argumentista específico. Apesar disso, a conjugação de todos os elementos num resultado coerente é responsabilidade do autor do projeto.

Num videojogo de um grande estúdio o processo de criação normalmente divide-se em 4 passos principais, do *pitch* a um investidor ou chefe de departamento, à pré-produção, produção e pós-produção, (Adams. & Rollings, 2007). O autor deve, idealmente, fazer a sua voz sentir-se em todos estes passos. Obviamente que numa produção de grande escala que implica diversas equipas e vê a sua independência criativa condicionada devido a financiadores e superiores hierárquicos, isso não é tão fácil de ocorrer. Já em pequenos estúdios independentes o contacto direto entre toda a equipa leva a um ambiente mais propício a que se destaque uma voz. Por outro lado, abre também as portas para o desenvolvimento de processos de trabalho colaborativos com mais-valias em termos da participação criativa dos diferentes intervenientes. Longe vão os tempos em que Chris Crawford recorda o trabalho solitário de um programador, atuando em sistemas com uma capacidade de

output audiovisual limitadas, que faziam-no ser a única força criadora responsável por um novo videogame (1984). Ainda que seja viável hoje em dia que um programador desenvolva um videogame sozinho, o contributo e colaboração com artistas, ou até o desenvolvimento de novas ideias a partir do artista antes do programador, são alternativas benéficas para o desenvolvimento desta área tendo em conta um foco na expressão e na criatividade que se elevam à técnica e tecnologia.

Contrariamente à progressiva busca por realismo das produções dos grandes estúdios a partir de modelos 3D com mais polígonos, animação por técnicas avançadas de captura de movimentos e à fluidez decorrente de um maior número de *frames* por segundo, os videogames autorais procuram o realismo, ou melhor, a autenticidade, precisamente de forma oposta: Através de estilos distintos, metáforas e criatividade, contam histórias ou transmitem sentimentos que podem criar uma maior empatia com os jogadores (Demirbas, 2008). Afastam-se dos épicos de guerra e ficção científica em direção a algo que diga mais sobre as nossas vivências diárias e sobre a condição humana. Procura-se criar obras intemporais, numa nova postura em que os videogames mais antigos não sejam encarados apenas como uma curiosidade nostálgica numa área em que a inovação técnica era o fim e não o meio (Zimmerman, 2002). Pelo contrário, certos videogames deverão perdurar pela significância intemporal do seu conteúdo criativo, tal como acontece na literatura, música e cinema. A *That Game Company* realça esse mesmo objetivo no seu *site* como missão do estúdio, “...criar entretenimento interativo intemporal que traga mudanças positivas à mentalidade humana de forma global”

Assim, o desenvolvimento dos videogames deve procurar cada vez mais ser visto como uma atividade cultural com um discurso crítico próprio que ajude a desenvolver o meio nesse sentido, de forma paralela ao inevitável desenvolvimento tecnológico (Zimmerman, 2002). Nelson Zagalo considera que saindo do campo do que é convencional e confortável abre-se um novo mundo de possibilidades de comunicação com videogames e é importante haver um espaço para isso paralelo às apostas comercialmente mais seguras (2012). Também aí será relevante perceber que os videogames não devem concentrar-

se unicamente na apropriação da linguagem cinematográfica para a criação de aventuras interativas, mas que a linguagem própria da jogabilidade pode inspirar-se em outras formas de cultura e em si própria para trazer uma multiplicidade de experiências criativas (Zimmerman, 2002). Aproveitar o que torna os videogames únicos, mas também abraçar variadas fontes de inspiração, não só do cinema, mas também da literatura, música e arte, abre variadíssimas possibilidades de comunicação (Bachus, 2012). A versatilidade dos videogames permite fazê-lo como sendo um meio extremamente inclusivo (Schell, 2012, p. 176) ainda que não se deva esquecer também a sua história e identidade próprias.

Apesar disso poderemos encontrar nos videogames algo que se enquadre no conceito de *camera-stylo* (Astruc, 1948) na teoria do Cinema de Autor? Neste conceito o tipo de escrita está para o livro como a forma de filmar está para o cinema e, na nossa opinião, a jogabilidade está para os videogames. Consideramos, porém, que este conceito é incompleto pois, já no que toca ao Cinema de Autor, a forma de filmar não é definitivamente o único ponto importante, apenas talvez um dos mais evidentes, entre uma série de componentes e o mesmo ocorre nos videogames.

As mecânicas de jogo são os vários comportamentos, ações e mecanismos ao dispor do jogador para interagir com o videogame (Järvinen, 2008) ou, de forma mais simples, as atividades repetitivas feitas pelo jogador ao longo de um videogame (Salen & Zimmerman, 2004). Ao conjunto destes métodos criados para serem invocados por agentes para interagir com um videogame chamamos-lhe jogabilidade (Sicart, 2008). A partir daí, Aarseth considera que um Autor deve fazer videogames que sobressaíam dentro do seu género, ainda que não tenham necessariamente de inovar na criação de um género completamente novo (2004, p.263). Deve, porém, saber distinguir-se seja nessa vertente ou dentro dos parâmetros de géneros convencionais. A diferenciação e originalidade trazida por um trabalho de autor pode, mas não tem que surgir necessariamente das mecânicas de jogo. Não é apenas por aí que surge o seu *camera-stylo*. Pode surgir também da mensagem passada e, idealmente, da conjugação criativa entre como a mensagem é apresentada ao

jogador e como ele pode interagir ou aceder à mesma (Zagalo, 2015). Assim toda a componente audiovisual, narrativa e jogabilidade são pertinentes na forma como ligam o videojogo ao jogador, deixando uma impressão duradoura que se sobrepõem à satisfação imediata de um *Estado de Fluxo* trazidas pelo simples acto de jogar (Csikszentmihalyi, 1990).

Estes videojogos tornam-se práticas de poesia, como sonetos que apesar de curtos mostram-se poética e temporalmente persistentes e são caminhos e experiências que poderão ser incluídas ou adaptadas noutros tipos de videojogos (Freeman, 2003). Apesar de ser algo que pode de facto ocorrer, consideramos que essa possibilidade não deve deixar passar a ideia de que estes videojogos valham apenas como objetos experimentais e caminhos para projetos mais alargados. A escala do videojogo não tem implicação direta no seu valor como obra relevante. Blow realça esse mesmo interesse que ganha evidência devido ao carácter concentrado desses videojogos onde se descarta o acessório e uma lógica de longevidade como justificação de um preço mais elevado (2007). Não fazer algo apenas de acordo com o que é mais vendável no momento e que, de certa forma, torna-se mais facilmente descartável a médio/longo prazo. Em vez disso, um criador deve sentir vontade de fazer obras que possam perdurar no tempo não como artefactos tecnológicos, mas como arte e cultura (Costikyan, 2000). Esse tipo de reconhecimento não é direto mas progressivo não sendo apenas responsabilidade dos criadores de videojogos. Faz parte da subjetividade inerente à apreciação de arte e da sua aceitação social e cultural que mostra sempre alguma resistência em todas as novas formas de expressão criativas e artísticas (Gavin, 2014).

É inevitável referir os *Art Games* e uma postura mais assumidamente não comercial. Apesar deste segmento ser relevante como forma de comunidade, experimentação e pensamento crítico (Corrado, 2010, p. 10) e de, teoricamente, encontrar-se aqui a base para trabalho para a realização de trabalho de autor no campo dos videojogos, o seu alcance é limitado. Os videojogos projetados para funcionar primariamente em galerias e festivais de arte interativa encontram-se frequentemente limitados a esses espaços físicos. Outros estão disponíveis em *sites* dos seus criadores e fóruns *online*, mas por

se encontrarem direcionados para um segmento não comercial, mas sim artístico, tornam-se paralelos à indústria dos videojogos e não propriamente parte dela.

A natureza globalizante dos dispositivos e plataformas de distribuição digital permite-nos uma maior abrangência destas experiências que necessitam verdadeiramente da ligação com um jogador para fazerem sentido e serem relevantes como uma das mais complexas formas de arte (Mika, 2012, p. 11). Assim, os autores de videojogos têm uma verdadeira oportunidade de tocar jogadores em todo o mundo com produtos de entretenimento que contenham valor artístico, tal como acontece na literatura, música e cinema, que não deve ser desperdiçada por se fecharem apenas num nicho de criadores e artistas. A natureza exploratória e participativa dos videojogos torna-os obras abertas (Carita, 2012) capazes de diferentes formas de serem experimentadas e compreendidas. Essas experiências não devem, contudo, deixar o seu aspeto lúdico de lado pois isso afasta-as da sua origem como videojogo. Os *Art Games* tendem para a apropriação da linguagem dos videojogos para transmitir uma mensagem artística mas um videojogo autoral deve funcionar em sentido inverso, usar a linguagem artística para fazer videojogos de qualidade e significado superior que são válidos como produtos comerciais. O estúdio *That Game Company* é exemplo desta postura. A visão autoral de Jenova Chen, o seu Diretor criativo, resulta em experiências artísticas originais que são recebidas por um público generalista e, por isso, têm um impacto mais globalizante na perceção desta indústria como cultura. São prova que este tipo de experiência pode de facto ser um produto com um sucesso comercial (Solariski, 2012).

A partir da sua incubadora no *Santa Monica Studio*, a Sony oferece suporte para estúdios independentes com quem contratualiza exclusividade de produtos. Esta parceria foi, sem dúvida, uma mais-valia para que os videojogos idealizados por Jenova Chen pudessem ter o alcance que tiveram, seja pelo seu refinamento e qualidade ou pela sua exposição pública (Moriarty, 2012). Esta postura mostra a possibilidade do desenvolvimento mais autoral, ainda que não verdadeiramente independente, desde que os financiadores

compreendam a importância deste tipo de videogames. A Sony, Microsoft e Nintendo mostram perceber este aspeto seja com programas de incubação (mais limitados e exclusivos) ou com uma maior abertura e apoio à publicação de videogames produzidos por estúdios independentes.

Segundo Aarseth um videogame de autor deverá corresponder a alguns critérios como é o caso do reconhecimento do nome do seu autor, quase como uma marca e não apenas o de um estúdio grande ou editora (2004, p. 262). Isso confere um sentido de maior autenticidade com base num autor em vez de um maior anonimato representado por uma empresa como Ubisoft ou por uma série/marca como *Assassins Creed* (Simon, 2013). Não se procura com isso uma repetição ou tipo de conteúdos mais ou menos esperados, como no acompanhamento de uma série, mas sim ser surpreendido pela progressão do trabalho de um autor que se considere interessante.

Ora *Flower*, *Flow* e *Journey* são propriedade de distribuição exclusiva da Sony Computer Entertainment mas o seu desenvolvimento é assinado pelo estúdio *That Game Company*. Apesar de Jenova Chen ser o Diretor criativo do estúdio desses videogames não há propriamente uma assinatura em nome próprio. A autoria pode por isso ser partilhada, algo que acontece frequentemente nos estúdios Indie como uma valorização do trabalho colaborativo de todas as partes envolvidas e também dos contributos criativos que inevitavelmente surgem. Considerando o trabalho de Chen como culturalmente significativo no campo dos videogames teremos o desejo de acompanhar o seu percurso criativo, seja na *That Game Company* ou eventualmente a título pessoal ou noutra estúdio. Por outro lado, no caso de um dia a *That Game Company* não contar com a colaboração de Chen, consideramos que o portfólio desenvolvido pelo estúdio (com Chen) poderá ser indicativo de um percurso a ser igualmente acompanhado e do qual se espera alguma coerência, ainda que, em qualquer um dos casos possa sempre existir uma variação drástica de estilo.

Estúdios mais pequenos como o *Team Meat* e *2D Boy*, apesar de tomarem a composição de uma dupla de um artista e um programador, não assumem o artista como único criador e o programador apenas como artesão, nem o devem fazer. Apesar de ser natural que a componente criativa surja

tendencialmente do lado artístico, a mesma não se materializaria além da ideia sem a programação. A autoria, nestes casos, é assumida de forma partilhada, mas nem sempre é assim. Arnt Jensen assina a nome próprio o videojogo *Limbo*, apesar de ter sido desenvolvido no seu estúdio independente com a colaboração de outros intervenientes. Neste caso o projeto tinha já 2 anos de desenvolvimento individual de Jensen prévios à abertura do estúdio (Alexander, 2010). Poder-se-á justificar dessa forma uma maior sensação de posse em relação à autoria criativa do trabalho e a uma consequente assinatura do autor? Será uma questão de escolha pessoal ou postura comercial? Será uma simples questão de vaidade do autor?

Em termos práticos e legais os Direitos de Autor correspondem a quem a obra é registada englobando direitos morais e económicos mas a linha condutora desta investigação não se prende com a interpretação legislativa deste tema, que apresenta especificidades em diferentes países, mas num entendimento do que a figura de um autor pode trazer como mais-valia para a área dos videojogos. Dessa forma, mais do que uma espécie de medalha que premeia a figura de um autor, procura-se nesta investigação perceber se é possível reconhecer o trabalho desenvolvido por criadores de videojogos com uma linha condutora própria que permita a críticos e jogadores seguir o seu trabalho, se assim o desejarem. Tal como acontece nos filmes de Quentin Tarantino ou Tim Burton, apesar de esperarmos ser surpreendidos, temos uma certa expectativa temática e audiovisual relativamente a cada novo filme que realizam. Quando Tarantino aborda géneros tão diferentes como o Western ou os filmes de Samurais, o interesse em identificá-los com o seu nome surge de perceber como a personalidade do realizador passa e fica marcada nesses diferentes géneros. O mesmo acontece com Jonathan Blow e os seus videojogos, mas aqui, em vez de géneros temáticos distintos o autor aborda géneros de jogabilidade, das plataformas 2D (*Braid*, 2008) à exploração 3D em primeira pessoa (*The Witness*, 2016) que se mostram praticamente como dois extremos opostos de jogabilidade. Apesar disso, e ainda com uma obra comercial reduzida, existe uma clara expectativa em relação aos trabalhos desenvolvidos por este autor (Massongill, 2015).



Fig. 21 – Braid (Number None, 2008)

Captura de ecrã



Fig. 22 - The Witness (Thekla Inc., 2016)

Captura de ecrã

Segundo Aarseth, um autor só deverá ser visto como tal de acordo com a obra realizada e, por isso, é necessário que tenha realizado vários videojogos (2004, p. 263). Assim, o reconhecimento do autor de videojogos deverá ser tardio, numa abordagem transversal à coerência e impacto da sua obra. Nesse sentido a partir do *Hall of Fame da Academy of Interactive Arts and Sciences*¹⁴, Aarseth destaca Sid Meier, Shigeru Miyamoto, Hironobu Sakaguchi, John Carmack, Will Wright, Yu Suzuki e Peter Molyneux como autores de videojogos de grande relevância para a indústria. Concordamos apenas em parte com essa abordagem pois, apesar de extremamente relevantes para a indústria, nem todos os nomes referidos são relevantes em termos de trabalho autoral. Alguns deles destacaram-se sobretudo em componentes distintas como a inovação tecnológica.

Por outro lado, tal como já referimos no caso de Blow, o impacto conceptual de um único videojogo poderá ser suficiente para que o trabalho desenvolvido pelo seu criador/autor se torne relevante ou que pelo menos exista uma maior expectativa em acompanhá-lo.

Davey Wreden é outro exemplo neste sentido. O seu videojogo *The Stanley Parable* (Galactic Café, 2013) é extremamente criativo na forma como utiliza uma *voice over*¹⁵ ao longo de todo o videojogo que comenta e antecipa as decisões do jogador que deverá por sua vez decidir se deve segui-las ou contrariá-las. Neste videojogo de exploração em perspetiva de primeira pessoa

¹⁴ http://www.interactive.org/special_awards/

¹⁵ Uma narração audível utilizada por vezes no Cinema

confrontamo-nos com uma forma narrativa e sua ligação com a jogabilidade que apesar de simples é, neste contexto, criativa. Não se apoia em imagética cinematográfica mas sim na linguagem própria de um videojogo conjuntamente com uma *voice over*, essa sim mais correlacionada com o cinema. O resultado valeu-lhe distinção, sucesso comercial e expectativa relativamente a novos projetos (Hillard, 2013).

O seu videojogo seguinte, *The Beginner's Guide* (Everything Unlimited Ltd., 2015) segue uma abordagem similar em termos de estilo, novamente com perspectiva em primeira pessoa e *voice over*, mas com uma temática diferente. É uma espécie de viagem mental autobiográfica a partir de uma série de protótipos de diferentes videojogos criados por um personagem fictício e mostra-se como uma abordagem muito íntima e autoral ao que é desenvolver um videojogo, visível e retratada no próprio videojogo.

É interessante perceber uma linha condutora e uma segunda obra tão autobiográfica, especialmente percebendo que o sucesso e atenção trazido pelo primeiro videojogo não foi emocionalmente fácil para o autor tal como o próprio refere e descreve no seu *blog* (Wreden, 2014).



Fig. 23 - Stanley Parable (Galactic Café, 2013)

Captura de ecrã

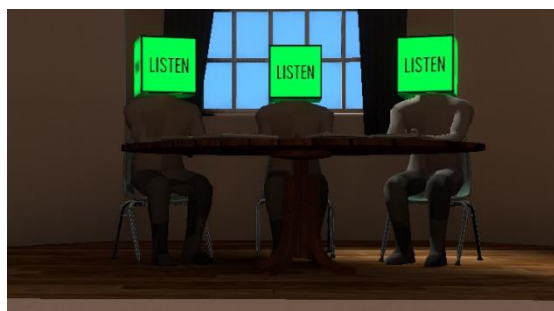


Fig. 24 - The Beginner's Guide (Everything Unlimited Ltd., 2015)

Captura de ecrã

Outro ponto interessante é que apesar do lançamento comercial de *The Stanley Parable* ser já um *remake* do videojogo com o mesmo nome,

desenvolvido unicamente por Wreden a partir de um *mod*¹⁶ de Half-Life 2, o autor não assina o videojogo com o seu nome. Esta versão comercial contou com a colaboração de William Pugh, outro criador que depois de jogar a versão original propôs uma parceria a Wreden para o desenvolvimento do videojogo numa forma comercializável. O produto final foi lançado como uma co-autoria e sob o nome do estúdio *Galactic Café*. Considerando que todo o conceito foi previamente desenvolvido por Wreden será que Pugh, como colaborar e *Level Designer* é também na realidade autor deste videojogo? Na nossa opinião não. Certamente terá tido um contributo de valor no desenvolvimento de *The Stanley Parable* mas apesar disso, o conceito básico e mesmo um protótipo/ videojogo funcional partiram inteiramente de Wreden.

Em *The Beginner's Guide*, Wreden trabalhou novamente de forma solitária e o mesmo tipo de voz autoral presente em *The Stanley Parable* volta a fazer-se notar. Mesmo assim o autor não assina o videojogo com o seu nome mas a partir de um novo estúdio *Everything Unlimited Ltd.* o que parece indicar, tal como é deixado transparecer nas suas declarações, que Wreden prefere que os seus trabalhos criativos valham por si só e que não deseja chamar a atenção para si próprio (Walker, 2014), ainda que os créditos do mesmo sejam públicos.

A questão do videojogo autoral não se coloca então como uma simples escolha ou acordo na hora da assinatura como “um videojogo de...” mas do impacto do videojogo em si. São videojogos criativos que se aproximam de uma dimensão poética em que apesar de não serem necessariamente narrativas com uma estrutura convencional de três atos, transmitem uma sensação ou mensagem que parte da jogabilidade mas vai além dela (Blow, 2007). O estilo gráfico escolhido para um videojogo pode certamente retirar inspiração das técnicas das artes clássicas ou outras e conferir-lhes a partir dessa base um aspeto visual diferenciado e mais artístico (Solarski, 2012) mas a sua diferenciação não deverá ser apenas estética ou narrativa. Consideramos serem estas as condições necessárias a que um videojogo seja encarado como uma forma de expressão autoral:

¹⁶ Utilização e manipulação de um videojogo para criação de novos conteúdos

- **Criatividade:** inovação e expressão artística;
- **Estilo:** estética, jogabilidade e narrativa;
- **Significado:** Impacto pessoal, e impacto sociocultural;

E qual é a relação da criação independente com os videojogos autorais? Por um lado a ligação está implícita na confusão e segundo sentido associado a videojogo Indie como forma de estilo. Por outro lado, devido à sua maior abertura e predisposição para experimentar novas ideias e ser criativo. Esse fator deve-se ao carácter de independência por si só mas também às limitações de meios inerentes à mesma. A simplicidade que daí advém reduz os videojogos aos seus elementos essenciais descartando tudo o que é acessório para criarem experiências compactas e, por isso, coesas e significativas (Zagalo, 2012). Assim, apesar da questão dos videojogos autorais não ser exclusiva dos estúdios Indie, é certamente mais facilmente atingível a partir deste tipo de desenvolvimento, assim como uma mais-valia do mesmo.

3.3 Segmentação nos videojogos

É importante perceber-se o lugar dos videojogos autorais dentro desta indústria que poder-se-á distinguir em quatro segmentos de posicionamento no mercado de acordo com várias características gerais. Devemos ter em conta contudo, que este é um meio extremamente extenso e variado pelo que as delimitações e características aqui apresentadas não são exclusivas ou estanques.

- **Os videojogos sérios** têm o seu lugar no campo do desenvolvimento de videojogos mas, tal como o seu nome indica, têm um posicionamento mais definido no campo das atividades de treino e educação (Djaouti, Alvarez & Jessel, 2015), posicionam-se portanto maioritariamente num caminho paralelo ao dos videojogos como indústria de entretenimento. Nestes casos o objetivo passa principalmente pelo seu aspeto funcional de treinar ou ensinar o jogador, o que os afasta, por exemplo, das abordagens mais autorais. Caracterizam-se por serem projetos de encomenda para determinadas empresas o que leva a que cada contracto seja específico, e normalmente não se põe em questão uma

venda direta a cada jogador. O seu posicionamento pode ser diversificado desde um complemento ao ensino tradicional das escolas (Valinho, 2008) ou sob a forma de equipamentos criados especificamente para se adequarem / assemelharem a uma atividade, como por exemplo os simuladores para aviação.

Apesar de se basearem na indústria de entretenimento e a tomarem como ferramenta de trabalho para projetos de carácter pedagógico, funcionam basicamente como um mercado paralelo à restante indústria e, por essa razão, menos relevante para este estudo.

- **Os videojogos casuais** são geralmente os videojogos mais simples, fáceis de compreender e jogar imediatamente. São vistos como um entretenimento rápido, possíveis de ser jogados num curto espaço de tempo (Jahn-Sudmann, 2008) e, por essa razão, apelam mais facilmente aos jogadores menos experientes, ou que o fazem de forma mais ocasional. A maioria deles são, portanto jogados em dispositivos não especificamente dedicados a videojogos como PCs, *smartphones* e *tablets* e, conseqüentemente, utilizam quase exclusivamente as plataformas de distribuição digital como forma da aquisição.

Esta fragmentação e abertura de novos segmentos de mercado possibilitou produções de menor orçamento e foi tida como uma boa oportunidade de negócio para muitos criadores independentes e iniciantes na área.

Como consequência da maior simplicidade inerente a este tipo de videojogos, verificou-se um enorme volume de produção e uma progressiva saturação do mercado que, juntamente com um perfil de consumidor menos disposto a investir na compra de videojogos, levou à procura de formas de monetização alternativas. Uma delas foi o desenvolvimento do modelo de negócios “*Free to Play*” em que se pode descarregar o videojogo de forma gratuita e persuadir o jogador a adquirir posteriormente itens ou outros elementos dentro do próprio jogo (*In App Purchases*). Outra forma de monetização prende-se com a

inserção de anúncios publicitários dentro do próprio videojogo que, por vezes, oferece até recompensas aos jogadores por visualizar publicidade e, a partir daí adquirir a aplicação referente. Este modelo de negócios leva a que os videojogos sigam uma lógica de funcionamento que tende mais para um serviço do que um produto e, dessa forma, os seus criadores têm uma preocupação acrescida de perceber como rentabilizar de forma eficaz o seu trabalho (Eremeyev, 2015). Isto poderá eventualmente apresentar soluções criativas mas tende a assumir-se como uma abordagem muito comercial em que uma fórmula de monetização que se demonstre eficaz é repetida e copiada extensivamente (Jahn-Sudmann, 2008). Os criadores passam também a ter a responsabilidade não só de criar um videojogo que seja atrativo para o seu público-alvo, mas também que o leve a gastar dinheiro nas suas *microtransações*. Isto implica decisões diretas no design do videojogo que não se aplicavam anteriormente sendo que os criadores terão agora a preocupação de levar a que os jogadores retornem frequentemente a cada videojogo e que, pelo menos uma pequena percentagem deles, efetue compras dentro dos mesmos. Algumas dessas decisões são percebidas pelos jogadores como limitadoras da jogabilidade e puramente comerciais. Apesar de encaixarem num perfil de utilização que é considerado casual, idealmente deverão levar a que o jogador retorne a eles como uma rotina, seja por uma questão de competitividade síncrona ou assíncrona com outros jogadores, ou de gestão temporizada de recursos. Isto deve-se à facilidade de ter o videojogo prontamente acessível, através dos seus *smartphones*. Os géneros que melhor encaixam nestes moldes são o *arcade*, *puzzle* e *estratégia* que mostram-se como potencialmente infinitos pois geralmente não implicam uma conclusão narrativa. Os conceitos são normalmente abstratos ou bastante simples devido não só aos géneros de videojogo em si mas também ao perfil de utilização. Não é por isso de estranhar que o estilo gráfico siga o que é mais espetável dentro dos seus géneros específicos com uma tendência geral de utilização de cor apelativa e personagens *cartoon* que cativem a atenção do jogador.

O facto de serem videojogos tendencialmente mais simples do que os de PC e consolas e encontrarem-se em plataformas de distribuição bastante acessíveis a qualquer indivíduo levou a que inúmeros novos criadores independentes se dedicassem a este tipo de plataforma. A maturação deste mercado tem contudo levado a uma divisão cada vez mais evidente entre um número limitado de videojogos e respetivas empresas bem-sucedidos, constantemente em destaque e uma enorme quantidade de criadores com videojogos que não conseguem fazer-se notar.

- **Os videojogos autorais** são mais experimentais e normalmente mais complexos que os videojogos casuais mas não tanto como os AAA. Apresentam uma abordagem criativa ou uma mecânica de jogo diferenciadora e desenvolvem todo o videojogo à volta desse conceito como por exemplo no caso de *Braid* e a sua manipulação temporal. O seu elemento diferenciador e a sua inovação podem assentar igualmente numa narrativa bem delineada que se opta por contar. Isso resulta em algo bastante mais intimista do que em videojogos de grande orçamento em que, por opção ou limitação de meios, recai nos seus elementos essenciais. Os videojogos autorais não se estendem artificialmente com sequências repetitivas ou desnecessárias e normalmente são títulos que culminam numa conclusão. Isto leva a que, geralmente, tenham uma duração curta/média mas satisfatória em termos da sensação que pretende deixar no jogador. O impacto e diferenciação poderão advir também do estilo gráfico utilizado que pode, por si só, ser representativo de uma marca autoral de quem o desenha e que se distingue dos restantes. Se estes vários elementos que compõem um videojogo forem trabalhados de forma igualmente criativa e coesa podem resultar como experiências que se destacam das demais e assentar efetivamente na ideia de *espírito Indie*.

Coincidentemente o objetivo primário de quem o desenvolve prende-se com criar algo que seja diferente e surpreenda os jogadores enquanto o caracterize como autor. Neste caso a abordagem é menos comercial do

que os videojogos casuais e, por essa razão, normalmente os videojogos autorais têm um preço definido, ainda que mais reduzido que os AAA. Pretende-se que possa levar a um retorno financeiro que permita continuar a criar outras experiências diferentes em vez de enveredar pela via seguida nos videojogos casuais de lançar o videojogo gratuitamente e mantê-lo a funcionar continuamente como um serviço, rentabilizando-o ao longo do tempo. O segmento autoral não condiciona assim o conteúdo do videojogo com opções de monetização e o objetivo de criação mais que uma ideia de negócio surge do desejo de expressão do autor, ainda que a sua viabilidade económica seja sempre necessária como forma de sustentabilidade de produção (Rosen, 2009).

- **Os videojogos AAA** são os principais produtos desenvolvidos pelas maiores editoras. O termo AAA (*Triple-A*) surgiu inicialmente como significativo de excelência em termos de receção crítica, de inovação e sucesso comercial mas posteriormente tornou-se identificativo dos videojogos com maiores orçamentos e níveis de produção e marketing mais elevados (Kent, 2001) sendo comparáveis ao que no cinema se refere como um *blockbuster* (Steinberg, 2007). Desta forma os videojogos AAA são tidos como um sinónimo de produtos com qualidade tecnológica superior e caracterizam-se por um sentido de espetáculo temático e visual que, tal como no seu equivalente cinematográfico, não significa uma qualidade criativa, até pelo contrário. Muitos títulos AAA baseiam-se nas fórmulas que se vão mostrando mais bem-sucedidas tentando minimizar a possibilidade de fracasso produzindo apenas os videojogos mais comerciais que agradem a um público-alvo vasto, cobrindo os custos de produção e maximizando o lucro. Não será por isso de estranhar que a maioria destes videojogos se enquadre em géneros recorrentes de ação seja em primeira ou terceira pessoa, ambientados em temáticas e opções visuais e sonoras com inspiração nos filmes de Hollywood. É dada uma clara preferência a estilos gráfico que se aproximam de uma estética realista que se torna demonstrativo das evoluções tecnológicas na área mas que, por essa mesma razão, também sofre com a passagem do tempo tendendo a mostrar-se

datados a par de novos *standards* de qualidade. A dependência tecnológica é menos notória nos videojogos autorais, o que potencia que videojogos que optam pela utilização de estilos gráficos distintos, muitas vezes mais estilizados, não fiquem enquadrados e delimitados num período temporal e tecnológico específico. A complexidade técnica dos videojogos AAA implica a necessidade da utilização de equipas de produção mais numerosas que pesam no seu orçamento, assim como as suas campanhas de marketing. Não se estranha portando que se recorra a sequelas de séries já estabelecidas e géneros mais populares que, em vez de terem foco em ideias inovadoras mas sem garantias de sucesso, visem dar mais e melhor do que é mais garantido que agrada ao público-alvo. São por isso videojogos mais caros e que justificam em parte os seus preços por ser experiências em que os jogadores poderão investir longas horas de jogo. De campanhas de história com *mundos* cada vez mais extensos e abertos a modos multijogador imersivos que, em vários casos, são o foco principal de quem os cria e joga.

Vem igualmente sendo cada vez mais frequente a extensão destes videojogos com novos conteúdos (*DLCs*), muitas vezes pagos, que podem tomar forma de novos modos de jogo e episódios ou até simplesmente em novos itens. A sua inclusão visa rentabilizar esses videojogos prolongando a sua vida útil e o interesse dos jogadores nos mesmos.

Tameem Antoniades do estúdio *Ninja Theory* propôs numa apresentação na Game Developers Conference Europe o conceito de *independentes AAA*. Com base na postura e experiência do seu próprio estúdio fala do espaço intermédio entre o desenvolvimento de videojogos Indie e os videojogos AAA. A proposta assenta no desenvolvimento de títulos da mais alta qualidade mas que apresentem igualmente um foco na criatividade e em custos de produção mais controlados. Segundo as suas palavras:

“It’s about self-publishing AAA-quality games that are narrower in focus, selling them for a fair price and connecting to your fans in a meaningful way. It’s a place for developers like us who don’t fit

comfortably in the mega-budget AAA space but who are not true indie developers.”

(Antoniades, 2014)

Segundo Antoniades, a terminologia *Independent AAA* é intencional por ter uma conotação mais neutra do que algo como *Indie AAA* que acarretaria, como já observamos, um carácter qualitativo. Realça também que nos seus contactos com editoras para financiamento da produção de videojogos surgiam consistentemente três pontos como os mais relevantes:

- Necessidade de grande realismo visual: porque visuais estilizados passam uma ideia de produto menos caro);
- Grandiosidade geral “*go big or go home*”: para que os jogadores possam sentir que o dinheiro gasto foi bem empregue;
- Exclusão de temas nicho: de forma a não limitar o potencial comercial abrangendo públicos mais restritos.

Assim, videojogos exclusivamente *single-player* e sem foco em realismo gráfico não são considerados como suficientemente seguros para alcançar mais de 5 milhões de vendas, o que é normalmente considerado um sucesso atualmente. A criatividade é considerada demasiado arriscada e portanto indesejada.

A independência aqui referida vai diretamente de encontro à independência criativa permitida a um estúdio que se autofinancie, que é uma tarefa difícil para estúdios como o *Ninja Theory* que conta com cerca de 100 colaboradores, não sendo de admirar que tantos estúdios tenham encerrado nos últimos anos (Antoniades, 2014). Ainda assim, o espaço entre Indie e AAA existe e alguns criadores poderão encontrar o seu lugar mais acima ou mais abaixo dessa balança.

Pode-se considerar então que, de uma forma geral, os videojogos casuais têm por objetivo entreter e, ainda que isso seja certamente comum aos outros dois tipos, os videojogos autorais fá-lo-ão mais numa perspetiva de surpreender o jogador a partir da sua criatividade. Por outro lado, os videojogos AAA, tal como os casuais, não se mostram tão focados em serem originais ou inovadores mas sim em apelar ao que os jogadores consomem. A diferença

entre os dois é que os AAA implicam um maior envolvimento do jogador de forma a experienciar os videojogos mais a fundo. Apresentam uma maior sensação de progressão assente em mecânicas complexas enquanto os videojogos casuais fazem-no de forma mais simplista em sessões de jogo mais curtas e acessíveis a qualquer jogador. A diferenciação entre estes tipos de videojogos demonstra algumas abordagens quase antagónicas mas também muitos pontos de contacto.

Videojogos	Sérios	Casuais	Autorais	AAA
Preço	Por encomenda	Free to Play	~5-30€	~60-70€ + DLCs
Plataformas	PC	Mobile	PC	PC
	Simuladores	Online	Consolas	Consolas
Produção	Pequenas equipas	Pequenas equipas	Pequenas equipas	Grandes equipas
Distribuição	Física	Digital	Digital	Física e digital
Jogabilidade	Simples	Simples	Alternativa	Complexa
Nr jogadores	1 / multi	1 / multi	1	1 / multi
Conceito	Realista	Abstrato	Ficção	Ficção
Narrativa	Não	Não	Sim	Sim
Género	Simulação	Arcade	Plataformas	Ação e aventura
	Puzzle	Puzzle	Aventura	Simulação
		Estratégia	Experimentais	
Grafismo	Cartoon	Cartoon	Cartoon	Cartoon
	Foto-realista	Abstrato	Alternativo	Foto-realista
Sessões	Médias	Curtas	Médias	Longas
Longevidade	Curta / média	Curta / Infinita	Curta / Média	Longa / Infinita
Objetivo	Ensinar	Entreter	Surpreender	Envolver

Tabela 3 - Segmentação nos videojogos

As abordagens AAA e casual têm um intuito comercial acima do artístico e a autoral pretende ser praticamente o seu inverso (Blow, 2007). Assim, quando se afirma que os videojogos Indie procuram ser experiências que insistem em

romper com as convenções e seguir a sua própria abordagem (Grace, 2011) está-se a ter unicamente em conta o que propomos como videojogos autorais não pondo em consideração uma grande parte dos videojogos desenvolvidos por criadores Indie que, de facto, não têm essa intenção nem esse resultado. Muitos criadores Indie desenvolvem videojogos casuais e outros, apesar de não terem acesso aos mesmos meios dos videojogos AAA, apostam na criação de videojogos que encontram um maior paralelismo com este tipo. Ainda assim, como um estúdio Indie dificilmente poderá competir de forma direta com os videojogos AAA atuais, uma das abordagens recorrentes é a criação de videojogos que buscam inspiração e semelhança dos maiores clássicos, principalmente das eras 8 e 16 Bits. Em variados casos o recurso a um estilo gráfico e jogabilidade *Retro* foram apenas um dos passos para a criação de algo diferente e inovador como por exemplo *Proteus* (Key e Kanaga, 2013) com uma marca que se poderá considerar mais autoral. Noutros casos esses pressupostos são usados de forma menos criativa mas tendo maior foco nostálgico como por exemplo em *Shovel Knight* (Yacht Club Games, 2014).



Fig. 25 - Proteus (Key e Kanaga, 2013)

Captura de ecrã



Fig. 26 - Shovel Knight (Yacht Club Games, 2014)

Captura de ecrã

Aqui poderá ser menos visível uma marca autoral do seu criador visto que se opta por recriar com fidelidade o estilo gráfico, sonoro, narrativo e jogabilidade de videojogos dos anos 80 e 90 recaindo o destaque mais na sua inspiração e refinação da mesma do que na inovação (Kayali & Schuh, 2011). Esta abordagem é relevante contudo pois contribuiu para uma democratização de estilos gráficos *Retro* ou alternativos. A via de realismo estético deixou de ser o caminho evolutivo único e exclusivo nos videojogos para abrir mais espaço a opções diferenciadas (Wolf, 2008 p.239).

4. A arte de fazer videojogos autorais

Fazer videojogos resulta de uma junção de uma série de valências e áreas distintas que encontra semelhanças com o cinema e até o supera em termos de multidisciplinidade. Um videojogo pode englobar toda a componente audiovisual que compõe um filme, ainda que não a utilizando necessariamente da mesma forma, e vai mais além, com a adição da interatividade. Pode-se considerar que a criação de videojogos é talvez a forma mais inclusiva e completa de diferentes áreas e saberes, das artes às tecnologias. É também uma área marcada por constante evolução tecnológica e transformação. O panorama do que os videojogos são transfigura-se ciclicamente mas também de forma simultânea e paralela devido à enorme variedade de conteúdos existente, desde experiências com foco unicamente na jogabilidade a outras com maior incidência na exploração narrativa. Estas e outras posturas potenciam a arte de fazer videojogos como uma fonte vasta de exploração criativa.

Como já vimos, o limite entre o que poderá ser considerado um videojogo prende-se, por uma lado pela vertente tecnológica a partir da identificação do tipo de dispositivo de visualização e interface utilizados para jogar. Ao mesmo tempo, conceptualmente, e em concordância com as definições de jogo num sentido global, autores como Katie Salen e Eric Zimmerman revelam a necessidade do videojogo ter regras e um objetivo quantificável como uma melhor pontuação, vencer uma missão, chegar à meta ou decifrar um mistério (2004). A inovação e experimentação artística no campo dos videojogos podem pôr em causa esses limites e, face a isso, levar a eventuais alterações desse paradigma.

Neste sentido, certas experiências apelarão a um tipo de público diferente, mais restrito do que o dos videojogos mais comerciais mas, ainda assim, um produto de nicho poderá, à sua escala, ser bem-sucedido.

“...não necessariamente ou mesmo idealmente na mesma escala do Mercado convencional, mas num muito mais modesto: lucro com

vendas de algumas dezenas de milhares de unidades e não milhões. E, claro, controlo criativo da propriedade intelectual porque os criadores merecem ser donos do seu próprio trabalho.

(Costikyan, 2005)

Por outro lado, é também importante a noção de posse do autor relativamente ao seu trabalho criativo e artístico. A classificação de videojogos como obras de arte tem sido amplamente debatida com argumentos a favor como os de Felan Parker em *An Art World for Artgames* (2013) e contra com Roger Ebert em *Video Games can never be Art* (2010). Não tomaremos partidos definitivos relativamente a essa temática pois consideramos que é algo que necessitará de maturação e observação a longo prazo relativamente às produções atuais. Além disso, a própria definição de Arte é, por si só, uma questão frequentemente aberta a debate tal como se realça em *Artifact and Art* (Danto, 1988). De qualquer forma podemos afirmar com convicção que a natureza da criação de videojogos é certamente artística. Isso é verificável em *The Value of Video Games as Art Work* (Parv 2006) em que, a partir de diferentes definições de Arte, reconhecem-se diversos pontos de convergência com os videojogos, tais como a capacidade de ter um funcionalismo estético e a preservação e perspetiva histórica da importância de certos videojogos no campo das artes em geral.

Para Ebert, o facto de um videojogo ter um objetivo e poder levar a que um jogador vença ou seja derrotado contraria o sentido de arte (2010). De forma algo surpreendente essa afirmação é apoiada por Michael Samyn e Auriea Harvey, criadores de videojogos como *The Path* (Tale of Tales, 2009) e *The Graveyard* (Tale of Tales, 2010) mas torna-se mais compreensível tendo em conta que poem em causa igualmente todo o valor da Arte do pós Modernismo (Prat, 2010) numa clara postura de constante questionamento e desafio ao mundo da arte e do entretenimento.

Os trabalhos de Samyn e Harvey são frequentemente referenciados como exemplo da ligação entre Arte e videojogos ao mesmo tempo que usam a linguagem dos videojogos para subvertê-la na forma de experiências interativas com fins artísticos que apelidam de *Not Games*.

Assim na verdade não se coloca aqui a questão se os videojogos são ou não são Arte mas, como Samyn realça, da criação de Arte através da linguagem dos videojogos (2010).



Fig. 27 - The Path (Tale of Tales, 2009)

Captura de ecrã



Fig. 28 - The Graveyard (Tale of Tales, 2010)

Captura de ecrã

As declarações desta dupla e a natureza das suas criações têm produzido um impacto interessante na forma como se pensa os videojogos e a Arte, tomando forma em experiências práticas apresentadas, por exemplo, no *NOTgames Fest*¹⁷, evento dinamizado pelos próprios.

A definição de videojogos como Arte não deve surgir de uma replicação de parâmetros aplicados a outros *media* específicos visto que segundo Espen Aarseth a interdisciplinaridade implícita na criação e existência de um videojogo implica formas diferentes de o analisar (2001). O próprio Ebert admitiu ainda no mesmo ano das suas declarações anteriores, os perigos e precipitação de tecer opiniões relativamente a um meio que se desconhece maioritariamente e que só pode ser percebido se for devidamente experimentado (2010).

A inclusão de máquinas de arcade na exibição *Hot Circuits: A Video Arcade* no Museum of the Moving Image (MMI, 1989) mostrou um interesse e reconhecimento da sua Diretora-fundadora, Rochelle Slovin, já à data, da importância dos videojogos no campo das imagens em movimento. Incluiu-os na mostra do museu extrapolando os formatos da televisão e cinema para englobar também os videojogos e outras representações de Novos Media. Esta

¹⁷ Evento anual organizado pelo Cologne Game Lab - Institute for Game Development and Research at the Cologne University of Applied Sciences

inclusão não surge apenas de um valor histórico mas também do reconhecimento do engenho e criatividade inerentes ao desenvolvimento dos grafismos dos primeiros videojogos de forma a serem inteligível e convenientemente interpretados e apreciados pelos jogadores (Slovin, 2009). Esses videojogos podiam assim ser experimentados nos seus dispositivos e formatos originais tornando a exibição duplamente relevante fosse pela perspectiva do conteúdo dos videojogos em si, ou pelos dispositivos tecnológicos que os suportam. Mais recentemente têm vindo a ser feitas exposições representativas da história deste meio como a *Game On* em vários museus mundiais desde 2002 ou a exibição *The Art of Video Games* em 2012 no Smithsonian American Art Museum. Isto demonstra uma aceitação deste meio como esteticamente passível de exibição em contexto artístico podendo ser observado e até experimentado pelos visitantes desses espaços. Apesar disso a grande maioria dos videojogos não se coaduna nem pode ser convenientemente jogado mediante este tipo de experiência, curta, devido à sua complexidade e duração. Isto acontece principalmente por não ser essa a sua forma pretendida de fruição e a experiência torna-se portanto desadequada e incompleta. Videojogos como *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt Red, 2015) com uma duração média de 126 horas de jogo¹⁸ demonstram claramente essa impossibilidade. Por outro lado deve-se considerar a existência de experiências interativas próximas a videojogos criadas com o propósito específico de exibição em festivais como é o caso das obras presentes no *NOTgames Fest*. Estas experiências, frequentemente curtas, por vezes também apelidados de *Art Games*, surgem nestes meios e caracterizam-se por ser conteúdos interativos que através da linguagem dos videojogos e inspirados pela mesma, têm uma intenção puramente artística. Assim desafiam estereótipos e tecem comentários/críticas sociais em primeiro lugar, deixando em segundo plano a componente de ser videojogos no seu sentido convencional lúdico. Como Samyn refere, em vez disso usam a sua linguagem como veículo para algo que toque nos sentimentos (2010) ou que fale da nossa

¹⁸ Segundo o cálculo do *Game Lengths*, site que calcula a duração de videojogos e outras e outros dados estatísticos, disponível em <<http://www.gamelengths.com/>>.

condição humana, algo que Erbert considerava ser essencial para a classificação de um videogame como arte (Emerson, 2006).

A escolha de espaços, suportes e meios mais tradicionalmente usados no campo da instalação, como galerias, festivais, e a utilização de objetos interativos fora do contexto comum de videogame tornam, contudo, estas experiências circunscritas e influenciam a percepção do fruidor no sentido de as enquadrar nos campos da instalação artística e arte interativa. Isso determina mais diretamente uma forma de expressão artística mas, por outro lado, insere-a num contexto paralelo ao dos videogames como indústria criativa de entretenimento. Por outro lado, o contexto doméstico com consolas ou PCs e seus controladores são os espaços e dispositivos mais tradicionalmente usados no usufruto de videogames. Nesse sentido, e por si só, ajudam a enquadrar uma potencial experiência artística interativa no campo lúdico de videogame.

No âmbito desta investigação o contexto no qual centramos o nosso estudo mais é o dos videogames criados de forma independente mas com lançamento comercial. Consideramos que também neste contexto poder-se-á utilizar videogames como conteúdos lúdicos e simultaneamente como algo mais profundo. O valor artístico de um videogame não se encontra simplesmente a partir de uma forma compilada de várias artes mas de como se conjuga um conceito ou mensagem e jogabilidade num resultado simultaneamente contemplativo e participante que convida o jogador a envolver-se. A forma como essa conjugação é criativamente trabalhada deve reforçar a experiência num todo coeso, inserido no contexto dos videogames que resulte numa experiência com uma dimensão autoral. Se assim não for, e segundo Demirbas, observa-se apenas uma apropriação da linguagem dos videogames em obras artísticas ou o seu inverso, a apropriação de linguagem artística num videogame comum (2008).

De acordo com a investigação realizada propomos assim um modelo que contempla três condições necessárias para que certos videogames independentes possam ser considerados formas de expressão autoral. Essas condições são a criatividade, o estilo e o significado.

4.1 A criatividade

É um facto que os videojogos são um negócio de milhões dentro da indústria do entretenimento e que muitos deles sejam meticulosamente pensados e desenvolvidos como forma de corresponder a uma expectativa do consumidor. Isso também acontece na indústria cinematográfica, como entretenimento, quando o fim principal de gratificação do espectador sobrepõe-se à visão autoral do criador (Vorderer, 2001). Assim é normal que os progressos mais facilmente observáveis na área dos videojogos prendam-se sobretudo com o que a tecnologia faz para aprimorar fórmulas já testadas.

Apesar disso, a criatividade e exploração de novas possibilidades são também parte integrante e relevante do que fez e faz com que esta indústria avance e seja tão importante como é hoje em dia. A criatividade que se reflete na inovação e experimentação artística consequentemente reflete-se também nos seus conteúdos, no estilo audiovisual dos videojogos assim como na sua jogabilidade e nos conceitos ou das mensagens que abordam. Tudo isto são meios importantes para desenvolver e solidificar o futuro desta área como condições para formas relevantes de expressão autoral e cultura.

De acordo com a *Infopédia*¹⁹ a palavra "criatividade" *tem* como definição “a capacidade de produção do artista, do descobridor e do inventor que se manifesta pela originalidade inventiva” e também a “faculdade de encontrar soluções diferentes e originais face a novas situações”. Nos Oxford Dictionaries²⁰ surge como “o uso da imaginação ou ideias originais para algo”. Em ambas as definições e línguas está patente a ideia de uma capacidade intelectual que origina algo novo, ou seja, uma forma de criação a partir de um conceito.

A criatividade e a imaginação surgem de um misto entre um processo de projecção e de descoberta pelo seu autor (Malrieu, 1997, pp. 97-99). Assim, podem-se considerar como uma amálgama de diferentes influências,

¹⁹ Dicionário *online* de língua portuguesa disponível em <<http://infopedia.pt>>

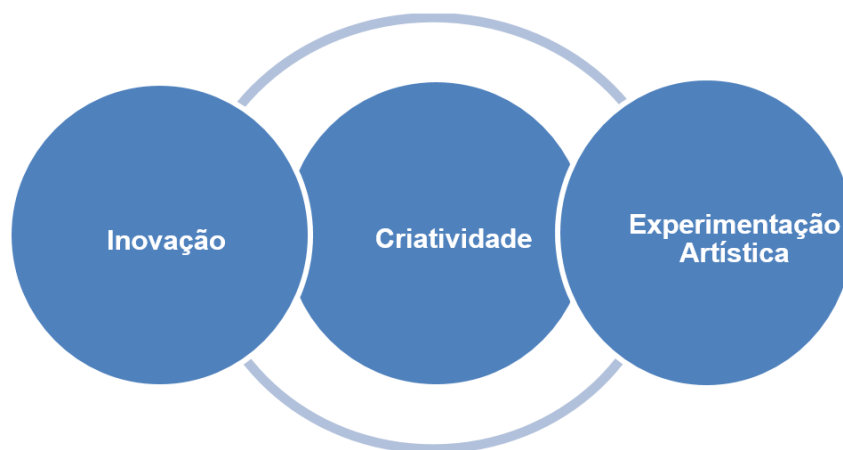
²⁰ Dicionário *online* de língua inglesa disponível em <www.oxfordlearnersdictionaries.com>

conscientes ou não, que resultam na *luz* da descoberta de uma proposta aparentemente nova que delas deriva.

Em *O que é o Acto da Criação?*, Gilles Deleuze refere-se à *ideia* como acto criador e, nesse sentido, o ser humano pode ter uma *ideia* em diferentes áreas, sejam elas a filosofia, cinema, ciência e, porque não também os videojogos.

Para investigar e refletir sobre uma área deve haver um interesse ou gosto por ela. Desta forma, quem melhor poderá refletir sobre o cinema são os cineastas, críticos ou apreciadores de cinema e não propriamente filósofos num sentido geral. Segundo Deleuze, os filósofos estudam a reflexão mas o uso da filosofia não é condição necessária para refletir sobre qualquer área seja ela cinema, música ou videojogos. Não precisamos da filosofia para refletir mas sim para o que ela cria e o que ela cria são conceitos. Deleuze afirma que pela criação ter-se-á algo para dizer a alguém. Quando se tem uma ideia poderá ter por base uma narrativa para um livro, ou então uma melodia para uma canção (1987). Ideias narrativas ou de exploração estética são importantes no processo mas se não existir jogabilidade então poderão tornar-se outra coisa que não um videojogo, como por exemplo um livro, filme ou uma pintura. Assim, para que uma ideia possa resultar num videojogo, em primeiro lugar essa ideia será jogabilidade pois sem isso não há jogo.

Exploraremos, neste contexto, as formas mais relevantes de como a criatividade se reflete na criação de videojogos a partir da relação entre inovação e experimentação artística.



Esquema. 1 - A criatividade nos videojogos

4.1.1 Inovação

Relativamente a *inovação*, a sua definição na *Infopédia* surge como “*introdução de qualquer novidade na gestão ou no modo de fazer algo, mudança, renovação*; e também “*criação de algo novo; descoberta*”. Segundo os Oxford Dictionaries: “*Um novo método, ideia, produto, etc;*”

Apesar da proximidade que tem com "criatividade" e de, sem dúvida, ser resultado de ideias criativas, a inovação correlaciona-se mais diretamente com a concretização prática de uma ideia. É por isso de grande importância em todas as áreas e também o é na evolução dos videojogos sendo especialmente notórias inúmeras inovações desde a sua génese até hoje em dia. Basta observar-se o tipo de grafismo e jogabilidade de *PONG* (Atari, 1972) comparativamente com videojogos como *Metal Gear Solid V: The Phantom Pain* (Konami, 2015), da atual geração de PCs e consolas.

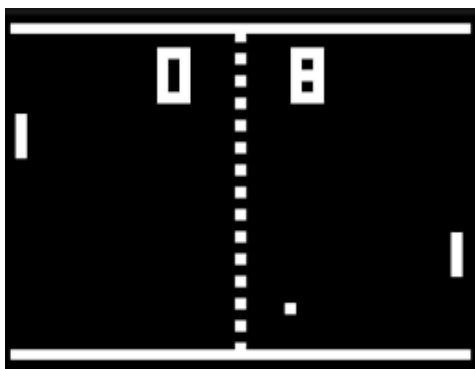


Fig. 29 - PONG (Atari,1972)

Captura de ecrã



Fig. 30 - Metal Gear Solid V: The Phantom Pain
(Konami, 2015)

Captura de ecrã

As inovações tecnológicas em termos de processamento gráfico permitiram a evolução desde um grafismo puramente abstrato ou geométrico até imagens que se aproxima progressivamente de algo que encaramos como real.

Como Zimmerman observa, de certa forma os videojogos, na sua componente mais *mainstream*, encontram-se ainda hoje intimamente ligados à evolução tecnológica no seu aspeto mais visível, a evolução gráfica (2002). Mas a evolução gráfica é apenas uma das muitas facetas evolutivas dos videojogos. A

jogabilidade também tem vindo a tornar-se mais variada e complexa e os próprios métodos de *input* físico e de interação entre o jogador e o sistema passaram, como já vimos, por transformações, de *joysticks* a *D-pads*, comandos analógicos a até controlos tácteis e por movimentos. A inovação pode contudo fazer-se sentir igualmente a partir de novos conceitos ou experiências visuais que, ainda que não determinem um avanço tecnológico, possam mostrar uma abordagem original e criativa a partir dos meios já existentes. Falamos assim de uma inovação que surge principalmente a nível de forma e conteúdo que pode remeter para um carácter de experimentação artística.

4.1.2 Experimentação artística

A experimentação artística nos videojogos pode refletir-se em todas as suas componentes e pode englobar reinterpretações de valores do passado mas também experimentar abordagens completamente novas. *Device 6* (Simogo, 2013) pode ser considerado como exemplo desse tipo de experimentação com uma jogabilidade criativa que parte da linguagem literária e da forma como interagimos com ela para criar um videojogo inovador na conjugação dos seus vários elementos, do seu conceito à jogabilidade, áudio e estilo gráfico.

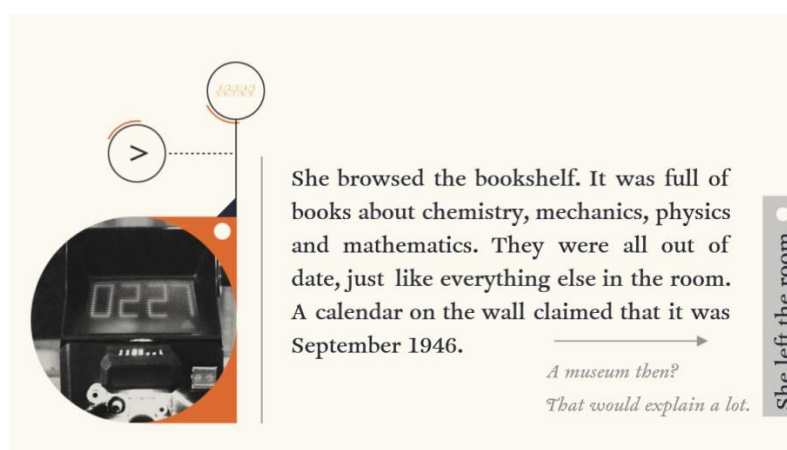


Fig. 31 - Device 6 (Simogo 2013)

Captura de ecrã

Quase tudo que é convencional nos videojogos é subvertido em *Device 6* que, à partida parece-se mais com um livro digital do que com qualquer outro videojogo.

Este tipo de abordagem parte de uma ideia mas encontra-se no acto, na prática, na tentativa e experiência, tal como ocorre no campo das Artes. Steven Mithen define este posicionamento não com um objetivo funcional por si só mas como forma de expressão traduzida em palavras, imagens, sons ou até formas de interação (1999). Podemos transpor o mesmo conceito para novas ideias de jogabilidade e estilos gráficos que assim poderão ser foco, não só de inovação e técnica, mas também de exploração artística. Poder-se-á contudo alegar que a jogabilidade tem o objetivo funcional de criação de um videojogo e por isso sairia do campo da Arte mas, se considerarmos Arte como algo sem um objetivo funcional que causa um impacto emocional no fruidor (Zekki, 1999) então os videojogos podem enquadrar-se nesse mesmo contexto.

A experimentação artística pode também acarretar uma maior carga do contributo pessoal do criador ou uma visão autoral do mesmo. Assim, não só os videojogos podem ser veículo para a experimentação e implementação de novas e diferentes técnicas e estilos audiovisuais como também, em si próprios, ser elementos de experimentação e expressão artística dentro do contexto lúdico.

Os videojogos inserem-se dentro do campo das indústrias criativas mas, tal como o cinema, e até de forma mais evidente, repetem consistentemente fórmulas na criação de novos conteúdos que acabam por não ser verdadeiramente criativos mas, em grande parte, reutilizações de ideias já testadas.

Verificamos que, de uma forma geral, resultado do funcionamento dos mercados e exigências das editoras, os estúdios com maiores meios na indústria dos videojogos tendem a arriscar menos no desenvolvimento de ideias novas dando, no seu lugar, ênfase à inovação enquanto evolução tecnológica. Tal como Tameem Antoniades comenta, esta abordagem leva a uma repetição de fórmulas seguras que se transcrevem em sequelas de

videojogos numa ideia de manutenção anual de séries ou *franchises* de sucesso (2014). Ainda que essas estratégias mostrem-se economicamente funcionais Chris Crawford considera serem responsáveis por uma estagnação criativa do meio (2003). Veja-se o exemplo da série *Assassin's Creed* (Ubisoft, 2007-2016) com inúmeras sequelas lançadas num espaço de menos de dez anos mas com poucos riscos em inovar relativamente à fórmula comprovada.



Fig. 32 – Assassin's Creed (Ubisoft, 2007)

Captura de ecrã



Fig. 33 – Assassin's Creed Syndicate (Ubisoft, 2015)

Captura de ecrã

O caso de *Minecraft* (Mojang, 2009) enquanto produção Indie que valeu ao seu criador uma enorme fortuna tanto em vendas diretas como na posterior aquisição da sua empresa pela Microsoft, mostra que o segmento independente não se restringe unicamente a nichos mas que existe um potencial de sucesso global numa abordagem criativa e diferenciadora. Neste videojogo, com perspetiva em primeira pessoa, o jogador explora e constrói um cenário de materiais cúbicos que poderão ser trabalhados e combinados de forma quase ilimitada.



Fig. 34 - Minecraft (Mojang, 2009)

Captura de ecrã

Verifica-se assim um sentido de oportunidade para os criadores independentes que terão uma maior hipótese de sucesso se não competirem diretamente com o tipo de conteúdos desenvolvidos pelos maiores estúdios mas optarem pelo desenvolvimento de ideias e conceitos que podem ser realizados a partir de tecnologias atuais e na utilização das mesmas de formas criativas. O seu foco primário na criatividade e na experimentação artística podem ser veículos para aproximá-los de uma forma de criação diferenciada dotada de uma visão autoral. Neste contexto, a criatividade reflete-se não tanto em inovação tecnológica mas sobretudo em inovação a nível conceptual e de estilo que se correlacionam com um carácter de experimentação conceptual e artística.

O *Scratchware Manifesto* proclama precisamente este tipo de abordagem contrária a um trabalho de imitação, valorizando o potencial artístico e inovador dos videojogos rumo a uma revolução criativa (Costikyan, 2000). Para Mike Gnade as produções independentes com esse potencial são as que realmente distinguem os seus criadores como especiais e com um espírito Indie, não as que se mostram demasiado convencionais ou até cópias de outras pré-existentes (2009). Apesar de concordarmos com uma distinção de valor como a que Gnade propõe, devido às razões que referimos anteriormente, reafirmamos que no contexto desta investigação a utilização de Indie como um carácter de valor é uma nomenclatura pouco clara pelo que consideramos mais perceptível e coerente a utilização dos termos autor ou autoral.

Em termos práticos, e a partir do pressuposto de inovação e experimentação artística, a criatividade surge como condutora de novas ideias que se refletem em videojogos com estilos diferenciadores.

4.2 O estilo

A definição de *estilo* surge-nos nos *Oxford Dictionaries* como “*forma como algo é feito*” e “*as características de um livro, pintura, edifício, etc. que as tornam típicas de um autor em particular, artista ou período histórico, etc.*” ou a partir da *Infopedia* “*modo pessoal de expressão que se manifesta na forma de dizer, escrever, compor, pintar, esculpir, etc.*” ou “*conjunto de características formais que identificam um objeto segundo a época que foi produzido*”. Estas definições evidenciam uma forma de expressão ou de produção que transparece em características que podem ser identificáveis de diferentes tipos de agrupamentos delimitadores, seja de períodos históricos, tipos de arte, géneros cinematográficos ou, a nível mais particular, de autores.

Tal como algumas das primeiras experiências cinematográficas definiram uma linguagem fílmica que foi-se desenvolvendo, nos videojogos o mesmo também ocorreu de forma relativamente semelhante. Aliando criatividade e tecnologia desenvolveram-se soluções que, com devidas e pontuais transformações, continuam presentes nos videojogos atuais. A experimentação e inovação nos conteúdos e formas de interação levou à implementação de diferentes tipos de jogabilidade e resultou numa série de géneros distintos que vão evoluindo e renovando-se. Por outro lado o estilo pode, até de forma mais evidente, ser também associado ao tipo de soluções e escolhas visuais e sonoras implementadas em cada obra. Todos estes fatores determinam uma maior segmentação e diversidade num *léxico* da linguagem dos videojogos relativamente ao cinema.

A linguagem fílmica assenta na utilização de um conjunto tipificado de planos de câmara, cores e sons, que funcionam de forma similar dentro de diversos géneros cinematográficos. Apesar de existirem especificidades formais inerentes a certos géneros, a sua definição parte principalmente de fundamentos narrativos e temáticas, mais do que das técnicas utilizadas (Bordwell & Thompson, 2012). A categorização por géneros assenta sobretudo numa componente de temática (como a comédia, drama e ação) e de forma (como o documentário, o musical e a ficção), o que, por si só, podem ser já algo abertas e ambíguas (Altman, 2006, p. 11). Nos videojogos existem ainda

mais parâmetros e possibilidades a ter em conta. Seguindo a lógica de categorização com base em conteúdos também presente no cinema e literatura, a classificação de géneros como ação, terror, aventura, entre outros, é pertinente mas revela-se, por si só insuficiente, devido ao carácter de participação ativa do jogador (Wolf, 2002).

Outra alternativa é proceder a uma categorização tendo por base o tipo de jogabilidade mas mesmo nesse caso existem diversas variantes e subvariantes relativas ao que o jogador faz e como o faz (Salen & Zimmerman, 2004). Juul parte precisamente destes dois componentes básicos mas com uma diferente nomenclatura, chama-lhe regras, como definidoras da jogabilidade e ficções, como definidoras da narrativa (2005).

Uma hipótese secundária de categorização prende-se com o estilo visual utilizado que poderá ter ligação mais ou menos direta ao seu género narrativo e à jogabilidade. Pode-se considerar também a categorização por plataforma, número de jogadores ou perspectiva no jogo, e apesar de nenhum destes parâmetros ser irrelevante, a jogabilidade deverá ser o aspeto basilar de classificação (Carr et al., 2006, p.16). Há diversas formas de proceder à taxonomia dos videojogos e, por isso pode considerar-se algo imprecisa e resultante sobretudo de processos de identificação intuitivos (Arsenault, 2009). Apesar disso, a mesma intuição e experiência empírica permite-nos aceitar alguns consensos e convenções de forma natural.

Assim são facilmente identificados géneros temáticos tais como a ação, desporto, estratégia, aventura, horror, simulação, puzzle, entre outros. Ou géneros de mecânicas base como *FPS*, *Plataformas*, *Point 'n Click*, *Top Down*. Podemos identificar ainda géneros, ou estilos visuais que englobam, entre outros, o *Cartoon*, o *Realista*, o *Abstrato*, o *Desenho à Mão* e o *Retro*.

Consideramos que uma das condições necessárias à experiência autoral parte precisamente de uma diferenciação nestas correntes e de uma noção de estilo próprio que se pode refletir nas diferentes partes do que compõe um videojogo, da jogabilidade, à estética e narrativa.

4.2.1 A jogabilidade

Pode-se questionar se a existência de géneros específicos de videojogos pode ser uma forma delimitadora de criatividade. Consideramos que não já que não há uma obrigatoriedade em seguir géneros específicos e fórmulas. Isso é algo que acontece de forma natural, seja por questões comerciais ou inspiração em outros videojogos que sejam referências para os criadores. Podemos considerar ainda uma dimensão funcional em que a partir da adoção de certas convenções facilita-se a experiência do jogador em termos de compreensão e assimilação de linguagens e regras comuns. Não é por acaso que os esquemas de controlo são similares entre a maioria dos videojogos com uma utilização tipificada de um botão específico que serve como *input* para um ataque e outro para um salto. Se estas convenções são invertidas o jogador poder-se-á sentir confuso e não desfrutar positivamente da sua experiência de jogo. Com clássicos como *Super Mario Bros* (Nintendo, 1985) aprendemos que um videojogo de plataformas caracteriza-se por controlarmos personagens que se movem, a partir de botões direcionais, por um cenário com inimigos e obstáculos. A saída de cada nível normalmente encontrar-se-á na extremidade direita do cenário podendo tomar forma de uma meta, porta ou simplesmente uma zona diferenciada. Estas características foram e são repetidamente utilizadas noutros videojogos, seja no género das *plataformas 2D* ou em outros géneros que nelas tiveram origem como é o caso dos *Infinite Runners*, por exemplo com *Canabalt* (Adam Saltsman, 2009).



Fig. 35 - Super Mario Bros (Nintendo, 1985)

Captura de ecrã



Fig. 36 – Canabalt (Adam Saltsman, 2009)

Captura de ecrã

Apesar disso é possível partir de uma base comum e ainda assim ser criativo dentro de um género ou até subvertê-lo por completo. Pode-se optar também por uma postura de amálgama de diferentes géneros que resulta em novos conteúdos criativos. Uma terceira alternativa mais disruptiva de tentativa de distanciamento e diferenciação relativamente a todos os géneros pode ser criativamente desejável mas dificilmente atingível já que, de acordo com a variedade de abordagens já existente, tudo o resto surge de uma recombinação de influências em direção a algo novo e, no fundo, “*tudo é uma remix*” (Ferguson, 2012).

Mas por vezes surgem videojogos que nos surpreendem, os quais temos dificuldade de inserir num género específico, assim, a inovação na jogabilidade surge da expectativa de que diferentes géneros possam ser frequentemente transformados por progressos técnicos e estilísticos de forma a renovarem-se. Nesse sentido, Ulf Hagen refere a importância de videojogos altamente criativos que estiveram na base do aparecimento de novos géneros e outros que transcenderam géneros instituídos com uma mescla de diferentes influências (2009).

Tome-se como exemplo os videojogos de ação em primeira pessoa (*First Person Shooters* ou *FPSs*) que são, tal como o nome indica, videojogos em que o foco é ação. O jogador encarna uma personagem a partir de uma perspetiva de jogo em primeira pessoa e a jogabilidade básica consiste em percorrer caminhos, mais ou menos delineados, utilizando armamento para eliminar os oponentes. Os primeiros videojogos a ganhar grande notoriedade pública e levar à implementação deste género foram *Wolfenstein 3D* (iD Software, 1992), *Doom* (iD Software, 1993) e posteriormente *Quake* (iD Software, 1996), ainda que *Maze War* (Colley, 1974) e *Spasim* (Bowery, 1974), quase duas décadas antes, já apresentassem uma abordagem similar.



Fig. 37 - Wolfenstein 3D (iD Software, 1992)

Captura de ecrã



Fig. 38 – Quake (iD Software, 1993)

Captura de ecrã

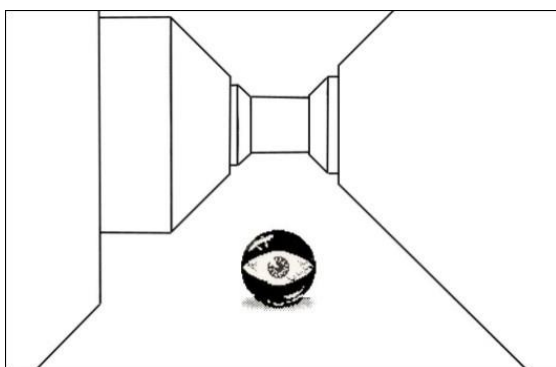


Fig. 39 - Maze War (Colley, 1974)

Captura de ecrã



Fig. 40 – Spasim (Bowery, 1974)

Captura de ecrã

Se tivermos em conta outras perspetivas que não a de primeira pessoa, como a perspetiva de topo ou em corte 2D, existiam já inúmeros *shooters* na época, de *Asteroids* (Atari, 1979) a *Contra* (Konami, 1987). Os *FPSs* apresentam-se já como uma derivação desses, partindo de um novo ponto de vista. Arsenault retrata a evolução do género *FPSs* que foi-se transformando progressivamente em termos de jogabilidade e também a partir de gráficos cada vez mais realistas e detalhados, com ambientes mais abertos, dinâmicos e destrutíveis (2009, pp. 149-176). Apesar disso são essencialmente experiencias similares que pela quantidade de diferentes títulos e sequelas que apresentam, não serão certamente valorizados pela sua criatividade mas sim pela excitação e competitividade que provocam e pela sua evolução gráfica. *Portal* (Valve, 2007) apresenta exatamente a mesma perspetiva em primeira pessoa e a típica visão da arma apontada mas, destaca-se criativamente pois a *arma* neste caso nem sequer é diretamente ofensiva mas sim um dispositivo que permite criar *portais* que conectam dois pontos diferentes no espaço. Não existe assim uma arma

propriamente dita nem inimigos, apenas robôs com padrões de funcionamento repetitivos. Deixa então de ser um *shooter* cheio de ação para passar a ser um *puzzle* em primeira pessoa com um ritmo completamente diferente e foco no raciocínio lógico. *Portal* teve por base um videogame independente de estudantes chamado *Narbacular Drop*, (Nuclear Monkey Software, 2005), cuja equipa e conceito foram adquiridos pela Valve. *Portal* apresentou-se como algo com uma jogabilidade criativa e inovadora e, ainda que não tenha sido produzido num modelo independente, as suas raízes transparecem no sentido criativo que apresenta. Deste então tem servido como referência e inspiração para variados videogames em primeira pessoa que se afastam da jogabilidade de ação em direção a elementos de *puzzle*. Podemos considerar que esteve portanto na origem de um novo subgénero dentro dos videogames em primeira pessoa, mais aberto à criatividade e, por isso, mais relevante para criadores independentes com videogames, como *Q.U.B.E* (Toxic Games, 2011) ou *Antichamber* (Alexander Bruce, 2013).



Fig. 41 - Narbacular Drop (Nuclear Monkey Soft, 2005)

Captura de ecrã



Fig. 42 – Portal (Valve, 2007)

Captura de ecrã



Fig. 43 - Q.U.B.E (Toxic Games, 2011)

Captura de ecrã

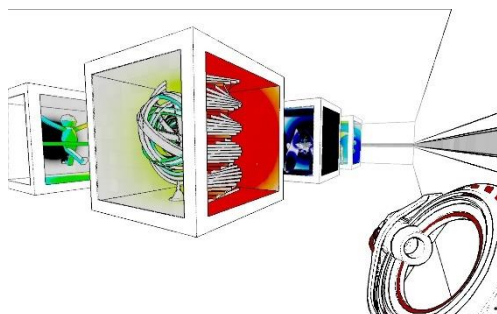


Fig. 44 – Antichamber (Alexander Bruce, 2013)

Captura de ecrã

Noutra variação distinta ao género *FPS*, seguida por vários criadores Indie, têm surgido diversos videojogos de terror em que o jogador, apenas com uma lanterna e sem qualquer tipo de forma de ataque, vê-se impotente face a uma ameaça sobrenatural, tendo como única opção esconder-se ou fugir. Um dos exemplos mais populares desta tipologia é *Slender* (Parsec Productions, 2012) que apesar de apresentar gráficos 3D datados e da sua jogabilidade ser básica, conseguiu destacar-se pelo ambiente criado e pela tensão e medo que inflige aos jogadores.

Ainda noutra abordagem, é interessante referir *Unfinished Swan* (Giant Sparrow, 2012) que mistura a perspetiva em primeira pessoa novamente com o conceito de uma “não-arma” que dispara tinta e que vai colorindo o espaço de jogo que começa por ser totalmente vazio, branco. Aqui a jogabilidade assenta na descoberta do caminho a percorrer numa espécie de labirinto invisível. É criativo e inovador não só a nível da sua jogabilidade mas também da conjugação com a sua componente gráfica com objetos 3D que quando atingidos por tinta tornam-se visíveis mas estilizados num género de silhueta que se traduz num ambiente minimalista. Destaca-se também em termos narrativos como uma espécie de fábula interativa.



Fig. 45 – Slender (Parsec Productions, 2012)

Captura de ecrã



Fig. 46 - Unfinished Swan (Giant Sparrow, 2012)

Captura de ecrã

A inovação em estilos da jogabilidade diferenciadores é portanto uma das condições relevantes à expressão autoral pois, tal como referido, a jogabilidade é o elemento principal do videojogo e deve ser utilizada criativamente como uma forma expressiva, seja num sentido de inovação, experimentação ou coerência de estilo de um autor. O mesmo acontece no que diz respeito ao

estilo estético e em toda a sua componente audiovisual com destaque na sua forma mais evidente e na qual nos centraremos, o estilo gráfico.

4.2.2 Estética

Tal como já referimos anteriormente a rejeição de estilos gráficos realistas é uma tendência verificável nas criações independentes com um carácter mais autoral, não só pela dificuldade técnica que acarreta em termos de meios de produção, como também como uma forma de diferenciação. Apesar do estilo *cartoon* ser muito recorrente no campo dos videojogos, principalmente devido à construção técnica de animações com base em *sprites*²¹, permite um grande grau de variação visual. Através de diferentes tipos de traçados, proporções, cores e técnicas é possível chegar a resultados visuais mais genéricos ou, por contraste, mais individualizados.



Fig. 47 - Sonic the Hedgehog (Sonic Team, 1991)



Fig. 48 - Angry Birds (Rovio, 2009)



Fig. 49 – Cuphead (Studio MDHR, 2016)



Fig. 50 – Machinariu (Amanita Design, 2009)



Fig. 51 - The Bridge (Ty Taylor, 2013)



Fig. 52 – Gorogoa (Jason Roberts, 2015)

Tabela 4 - Diferentes estilos visuais em videojogos 2D. Capturas de ecrã

²¹ Conjuntos de imagens (frames) bidimensionais de cada elemento animado no videojogo

Por uma questão de simplificação classificamos como “Desenho à Mão” os videojogos com estilos gráficos que partem de estilos e técnicas alternativas ao desenho puramente digital. A utilização do esboço e a pintura com inspiração em estilos e técnicas diferenciadas é uma estratégia utilizada frequentemente por criadores independentes para diferenciar os seus videojogos. Permite torná-los imediatamente reconhecíveis ou despertar curiosidade sobre os mesmos a partir de uma simples captura de ecrã. O grafismo de um videojogo não tem que ser necessariamente desenvolvido pelo seu criador, deve porém ser responsável pela aprovação do estilo visual adotado, ainda que eventuais artistas subcontratados ou restantes elementos da equipa de produção devam ser reconhecidos por um trabalho visualmente destacável.

A utilização de estilos gráficos baseados na estética *8 Bits* e outros estilos *Retro* é também um exemplo de criatividade transcrita tanto em inovação como numa forma de experimentação artística. Surge, simultaneamente, como uma solução viável de poupança de meios e como um estilo visual criativo que se mostrou diferenciador relativamente aos videojogos contemporâneos. É difícil identificar com precisão quais os primeiros videojogos a reutilizarem estilos dos seus antecessores mas *Cave Story*, *Spelunky* e *Don't Look Back* são alguns exemplos emblemáticos.



Fig. 53 - Cave Story (Studio Pixel, 2004)



Fig. 54 – Spelunky (Mossmouth, 2008)

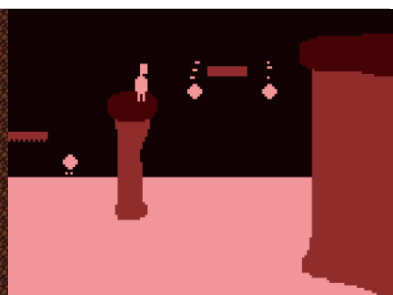


Fig. 55 - Don't Look Back (Terry Cavanagh, 2009)

Tabela 5 - Videojogos com estilo gráfico Retro. Capturas de ecrã

Com o entusiasmo pela evolução tecnológica verificada na quinta (1993) e sexta gerações de consolas rumo a modelos e ambientes 3D, um dos géneros até então mais recorrentes, as plataformas 2D, caiu em declínio. As principais

referências no género como Super Mario e Sonic fizeram a transição para o 3D e, apesar dos videojogos 2D não terem desaparecido por completo, perderam um destaque significativo. O regresso e renovado interesse por videojogos 2D nos últimos anos tem uma forte ligação com a produção independente tal como se percebe pelos videojogos finalistas do *Independent Games Festival* que desde 2006 têm recorrentemente apresentado mais videojogos 2D do que 3D. Tal como referimos isso deve-se não só a uma simplificação em termos de meios de produção mas também pelo valor nostálgico da arte baseada em píxeis (*Pixel Art*) cuja baixa resolução passa a ser usada não por limitação mas por opção de estilo. O regresso do grafismo 2D correlaciona-se diretamente com um renovado interesse por videojogos de plataformas 2D que evoluíram num sentido de maior criatividade em termos de jogabilidade, estética e conceito.

O estilo *Retro* não se deve limitar contudo apenas à recriação de abordagens já experimentadas perdendo progressivamente o seu fator diferenciador mas pode partir delas para a criação de algo novo. *Superbrothers: Sword & Sworcery EP* é um bom exemplo neste aspeto elevando o estilo *Retro* a um nível de detalhe e de composição que o diferenciam dos seus pares.

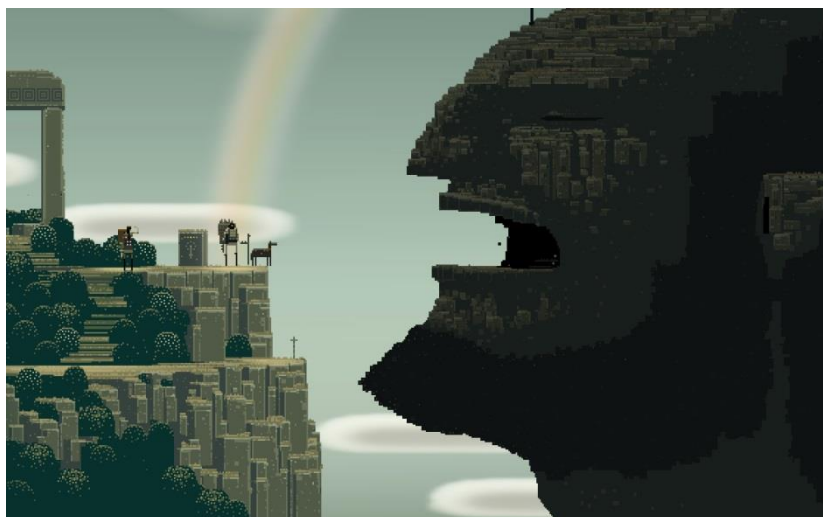


Fig. 56 - Superbrothers: Sword & Sworcery EP (Superbrothers, 2011)

Captura de ecrã

No que toca à sua componente sonora e musical podemos verificar que não se destaca de forma tão imediata como na componente visual mas que a

complementa e acompanha eficazmente. Nos videojogos que optam por estilos gráficos com influências *Retro* a sua sonoridade segue o mesmo tipo de influência potenciando toda a experiência audiovisual. À parte deste estilo apelidado *chiptunes* ou música *8 bit* que tem ganho até notoriedade também como género musical independente, as restantes construções sonoras são geralmente mais subtis e sobretudo ambientais tal como se pode verificar em videojogos como *Limbo* ou *Closure*. Por outro lado em *Braid* ou *World of Goo* a sonoridade é mais orquestral variando entre momentos mais subtis até outros mais intensos e expressivos. A não ser que se trate de um videojogo em que a jogabilidade central se desenvolva à volta do som, como nos videojogos rítmicos ou musicais, a construção sonora normalmente surge como posterior à construção visual e, por isso, derivante dela.

4.2.3 Narrativa

Podemos enquadrar também a narrativa como um parâmetro de estilo com uma abordagem a géneros temáticos que apresenta algumas semelhanças relativamente ao cinema e que estão também transcritos em géneros específicos de jogabilidade. A Ação, Aventura ou o Terror são géneros temáticos recorrentes e facilmente identificáveis em videojogos, já a Comédia é menos identificativa, por si só, a um género de videojogo pois surge normalmente associada a outros géneros. *Earthworm Jim* (Shiny Entertainment, 1994), por exemplo, destaca-se pela sua vertente cómica mas ela aparece como um subgénero dentro do que é um videojogo de Ação-Aventura, quanto a género temático, e de plataformas, quanto a jogabilidade. *Grim Fandango* (LucasArts, 1998) é outro exemplo sendo uma Comédia Negra inserida dentro de uma Aventura *Point n' Click*. Já no que toca ao Drama é ainda mais difícil conseguir autonomizá-lo dentro deste campo.



Fig. 57 - Earthworm Jim II (Shiny Entertainment, 1994)

Captura de ecrã



Fig. 58 - Grim Fandango (LucasArts, 1998)

Captura de ecrã

Existem vários videojogos, no segmento tipicamente denominado AAA, que têm evoluído em busca de uma exploração narrativa mais forte e significativa. *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013), ou *Mass Effect* (Electronic Arts, 2008) fazem-no e podem considerar-se eficazes na forma como levam o jogador a sentir empatia pelos personagens e potencialmente chorar pela morte do protagonista ou do seu maior companheiro. Apesar disso continuam a fazê-lo maioritariamente a partir de pequenos segmentos narrativos englobados num total muito focado no género da Ação, mais facilmente correlacionável com a experiência de jogabilidade. Levanta-se contudo uma questão problemática nesta abordagem e na capacidade de verosimilhança dos sentimentos que se tenta passar conjuntamente com a jogabilidade em si. A primeira vez que Lara Croft mata um inimigo, em *Tomb Raider* (2013, Crystal Dynamics), pretende ser uma experiência marcante para o jogador mas, em todo o resto do jogo fazemos a heroína matar repetidamente inimigos sem qualquer ressentimento evidente. Tal como a própria argumentista do projeto admitiu em entrevista à Eurogamer, a necessidade de uma jogabilidade estimulante focada na ação sobrepôs-se à tentativa de humanização da personagem, ainda que, narrativamente, fosse relevante uma maior contenção em termos da ação. Isto demonstra que as imposições comerciais num videojogo deste género sobrepõem as necessidades da imersão e diversão na jogabilidade às necessidades narrativas. (Philips, 2013).

Nelson Zagalo identifica quatro fases de evolução da narrativa nos videojogos. A “narrativa mapeada” num período de 1978 até 1987 mostra-se como a

narrativa espelhada na representação gráfica e interação no meio dos videojogos com as primeiras experiências nesse campo. A “forma cinemática” de 1992 até 1997 engloba a popularização de videojogos 3D, a exploração e a utilização de pontos de vista cinematográficos. Ao mesmo tempo usam-se sequências não interativas que contam as partes mais importantes da história. A partir de 1998 começa-se a verificar maior “inovação no storytelling” a partir de experiências diferenciadoras como é o caso de *Half Life* (Valve Corporation, 1998) que conta uma história diretamente através da jogabilidade sem recorrer a sequências não interativas. Por fim, em 2001 o “*storytelling* virtual e interativo” tem um novo avanço a partir de inteligências artificiais aprimoradas, de maior liberdade do jogador e, também, de maior escolha/decisão em termos de progressos da narrativa (Zagalo, 2009, pp. 230-234). Desta forma o jogador não modifica a história ou a intenção inicial do criador mas participa nela quase como sendo um dos atores numa peça ou filme. Este tipo de caminho evolutivo mostra uma tendência de convergência do cinema com os videojogos ainda que seja presumível que ambos continuem a existir como meios autónomos (2009, p. 371).

A procura de uma verosimilhança cinemática ainda usa frequentemente as narrativas como algo acessório que enquadra a jogabilidade mas não a explora a fundo de forma conjunta. Esta dinâmica tem contudo vindo a ser aperfeiçoada em videojogos como *The Walking Dead* (Telltale Games, 2012) ou *Heavy Rain* (Quantic Dream, 2010) em que a ação do jogador correlaciona-se mais diretamente com a tomada de decisões numa dinâmica mais próxima a um “mito de cinema total” numa integração coerente e imersiva do mundos dos videojogos e do cinema. Com os seus pontos fortes e fragilidades esta é possivelmente uma via alternativa que poderá resultar em algo que nem é completamente um videojogo nem completamente um filme (Zagalo, 2009 p. 371).



Fig. 59 - The Walking Dead (Telltale Games, 2012)

Captura de ecrã



Fig. 60 - Heavy Rain (Quantic Dream, 2010)

Captura de ecrã

Da limitação de meios dos criadores independentes vem consequentemente um maior incentivo à exploração criativa e à experimentação que, sem a pressão comercial de ter que produzir um sucesso de vendas com base em fórmulas testadas, torna-se teoricamente ilimitada. A imaginação tem uma capacidade de criação que não se limita a orçamentos ou a meios de produção. A sua transcrição para um videojogo pode, a partir de soluções inventivas nos géneros e estilos seguidos, abordar os mais variados contextos e situações com representações criativas. Neste segmento a verosimilhança cinemática cede frequentemente lugar a formas de expressão narrativa que partem de diferentes influências. Esta postura marca uma distinção criativa relativamente à abordagem AAA tornando os videojogos menos próximos do cinema e mais jogos em si mas, ao mesmo tempo, abrindo horizontes para novos caminhos.

Longe dos épicos de ficção científica com personagens que salvam o universo ou combatem um *apocalypse zombie*, alguns criadores Indie falam, através dos seus videojogos, de temas mais profundos, de si próprios e das inquietações da vida. Os videojogos independentes que mais se concentram em passar uma mensagem normalmente fazem-no a um nível mais mundano ou intimista, ainda que não se restrinjam criativamente na forma como a representam.

Passage (Jason Rohrer, 2007) com uma duração de apenas cinco minutos está disponível *online* para download gratuito e certamente seria difícil monetizá-lo convenientemente de outra forma que não a possibilidade de doação ao seu autor. É evidente que este videojogo é resultado de experimentação e não se

pretende que funcione comercialmente pois é extremamente curto e não apresenta desafio em termos de jogabilidade, usa-a apenas para passar uma mensagem no que consideramos portanto ser mais próximo de um *Art Game* do que um videojogo comercial propriamente dito.



Fig. 61 – Passage (Jason Rohrer, 2007)

Captura de ecrã

No que toca ao conteúdo em si, a partir de um estilo gráfico *Retro* conta-se, de forma minimalista, uma história de vida, da adolescência até à morte. A maneira como isso é feito e o seu significado assentam sobretudo na forma de cada um jogar ainda que o resultado seja lógica e inevitavelmente semelhante. A partir do movimento direcional do personagem, do enquadramento da ação e da passagem de tempo, o autor pretende fazer uma representação da vida aberta a interpretações, ainda que exista claramente um sentido cujo próprio explica²². A leitura sobre as razões e escolhas por trás da criação deste videojogo pode, para certos jogadores, motivar a uma melhor compreensão do mesmo e fazê-los desfrutar a experiência de forma mais aprofundada contudo, para outros, fará o contrário. Como é verificável pelos comentários *online*, para alguns jogadores *Passage* é visto como genial e poético, enquanto para outros como aborrecido e pretensioso e pode-se considerar que a sua importância surge, em certa medida, precisamente da discussão levantada à sua volta, seja por jogadores ou por outros criadores²³. *Passage* não tem por base um sentido de desafio ou competitividade mas sim interpretação e emoção. Jogá-lo novamente não pressupõe a tentativa de alcançar uma melhor pontuação mas

²² What I was trying to do with Passage (Rohrer, 2007), disponível em <<http://hcsoftware.sourceforge.net/passage/statement.html>>

²³ Link para download do videojogo *Passage* e listagem alargada de links com discussão sobre o mesmo disponível em <<http://hcsoftware.sourceforge.net/passage>>

de explorar outras opções e compreendê-lo mais a fundo. Assim, e apenas a título de exemplo, jogar *Passage* ou *Gears of War* (Epic Games, 2006) é como comparar assistir a uma curta-metragem experimental em oposição a assistir a um *blockbuster* cinematográfico. O tipo de experiência e público interessado em cada um será tendencialmente oposto.

Dys4ia (Anna Anthropy, 2012) é outro exemplo. Um videojogo inicialmente disponível de forma gratuita *online* que se conclui em poucos minutos e funciona como obra autobiográfica da autora relativamente a um período de seis meses da sua vida em que se sujeitou a um tratamento de substituição hormonal. Apesar da sua simplicidade, a forma como conseguiu representar este tipo de vivência tão pessoal através de texto e jogabilidade torna-o representativo do potencial dos videojogos como formas alternativas e criativas de comunicação.

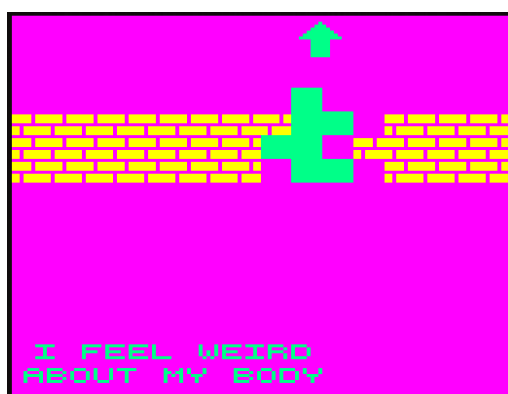


Fig. 62 - Dys4ia (Anna Anthropy, 2012)

Captura de ecrã

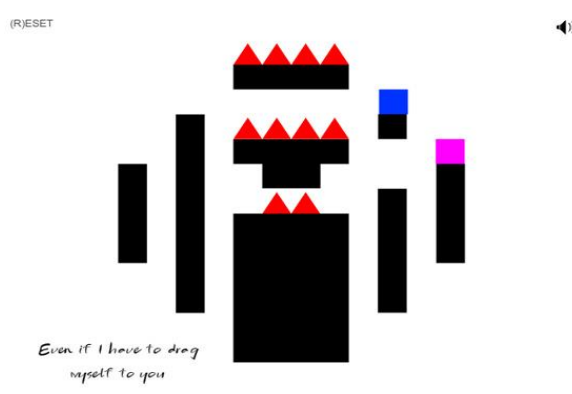


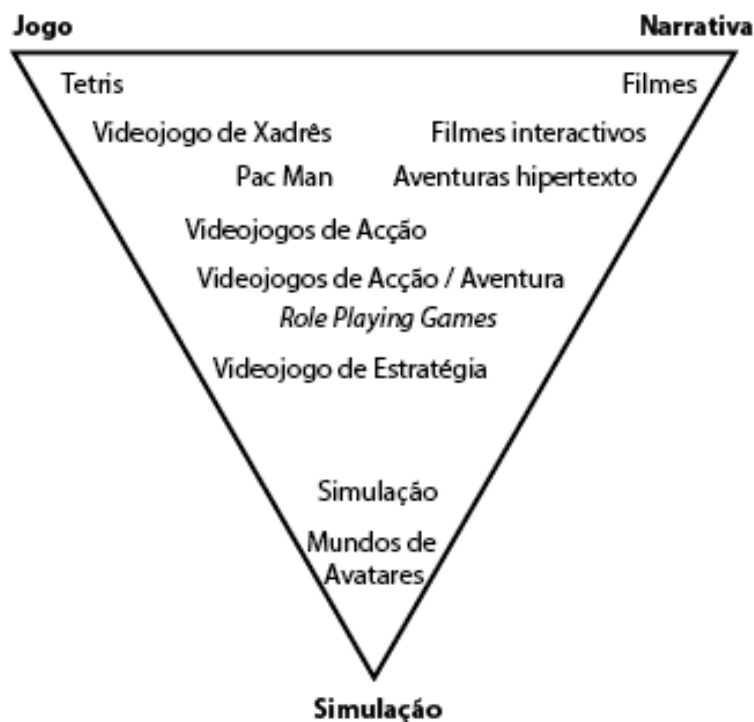
Fig. 63 - Pretentious Game (Keybol, 2012)

Captura de ecrã

Pretentious Game (Keybol, 2012) é outro exemplo em que numa série de níveis/puzzles rápidos, conta-se uma simples história de amor mostrando um paralelo metafórico entre o texto e a jogabilidade.

Tudo isto não significa que exista uma obrigatoriedade de que os videojogos tenham um foco narrativo, muitos dos exemplos mais reconhecíveis nesta indústria não o tiveram. Nesse sentido, na taxonomia de géneros definida por Craig Lindley (2005) esquematizam-se e estruturam-se os conteúdos com base em três vértices de um triângulo formados pelo jogo, narrativa e simulação. A partir daí um videojogo como *Tetris* aproxima-se mais do sentido puro de jogo

tal como um filme se aproxima da narrativa e os mundos com avatares aproximam-se da simulação. Dentro dos variados tipos de experiências no campo dos videojogos que podem surgir do diferente doseamento destes elementos, os videojogos de ação-aventura mostram ser um acréscimo relevante e central, feito por Zagalo, a este triângulo taxonómico (2011, p.226).



Esquema. 2 - Triângulo Taxonómico de Lindley
atualizado por Zagalo (2011)

4.3 O Significado

O significado surge-nos na definição dos *Oxford Dictionaries* como “*aquilo que uma coisa exprime ou representa, significação*”. Está intimamente ligado com duas ciências, a semântica que se prende com o estudo dos significados com base na linguística e a semiótica, mais abrangente, que aborda diferentes sistemas sógnicos, da Música ao Cinema e às Artes-Visuais e na qual podemos também enquadrar o estudo do significado nos videojogos. Os signos nos videojogos são todas as partes que os compõe e que lhes dão a sua forma. Do resultado da interação com o jogador este poderá tirar um significado. Não nos centraremos no estudo dos signos como microcomponentes da construção

inteligível do videojogo mas sim, num campo mais globalizante em que procuramos perceber o significado do videojogo como a mensagem que o autor passa ao jogador ou que o jogador apreende ainda que não tenha sido intencionalmente conduzido com esse sentido. Consideramos que essa mensagem ou significado poderá ter impacto em duas dimensões, a pessoal ou íntima, e a sociocultural ou coletiva.

4.3.1 Impacto Pessoal

O significado de cada videojogo deve ter uma intenção por parte do seu autor mas, em última análise, só a partir de ser experienciado por cada jogador é que se pode perceber o impacto pessoal entre o fruidor e a obra. É algo pessoal e subjetivo pois diferentes jogadores terão diferentes reações aos mesmos conteúdos mas a construção feita pelo autor do videojogo deverá ter uma intenção. Esse impacto é experienciado a partir de dois níveis distintos mas correlacionáveis, o emocional e o intelectual.

Will Wright considerada relevante na experiência de jogar a inclusão num videojogo de momentos que despoletem a emoção do jogador, (2004). David Freeman parte da mesma ideia e recolhe e sugere uma série de técnicas e artifícios de como a desencadear (2004). Segundo António Damásio, as emoções são resultado de uma série de marcadores inatos e culturais sendo que os primeiros partem da componente biológica humana e os segundos de todo o meio envolvente ao sujeito (1994, p.189). A partir daí podem-se considerar vários tipos de modelos de organização das emoções desde o bidimensional de James Russell (1980) ao multidimensional de Robert Plutchik (2001, p.102). Desta forma, e segundo o estudo empírico de Zagalo, emoções como raiva, nojo, medo e surpresa apresentam-se como eficazmente despoletáveis nos jogadores através de um videojogo enquanto a alegria e tranquilidade mostram-se como um pouco mais árduas de desencadear. Segundo o estudo de Zagalo a tristeza parece ser a emoção mais dificilmente atingível a partir da jogabilidade sendo assim construída maioritariamente a partir de sequências não interativas (2009, p. 285). Isto representa contudo

uma fragilidade em termos de imersão pois, se certas sensações são transmitidas como resultado de sequências não jogáveis, então fazem-no como se de um filme se tratasse. Uma construção cinemática interrompe a jogabilidade, o que se mostra como sendo, de certa forma, desagradável para os jogadores (2009, p. 285). Estas sequências apresentam uma linearidade narrativa cuidadosamente construída de forma a desencadear sentimentos e, ainda que pareça que se dá ao jogador uma sensação de controlo e decisão, os diversos resultados são previamente escritos e implementados sem a interferência do jogador, não existindo uma coautoria pela parte recetora. A linearidade narrativa num videojogo pode, num sentido mais abrangente, ser uma forma de chegar a uma conclusão, emoção ou mensagem mais fortes. Como Jason McMaster nota, quanto maiores forem as hipóteses de ramificações, os videojogos tornam-se mais abertos e a gratificação de contar uma história interessante, bem estruturada e delineada tem um maior risco de se ir perdendo ou diluindo (2006). A linearidade narrativa é então mais propensa à emoção do espectador do cinema assim como o é, nos videojogos para os jogadores.

Nos videojogos independentes verifica-se uma tendência para esta linearidade narrativa que se prende, em parte, pela limitação de meios que não deixa tanta margem para prolongamentos artificiais ou fins alternativos. Foca-se no essencial e, por isso, tem propensão a contar uma narrativa mais curta mas também coesa e, potencialmente, emocionalmente e intelectualmente mais significativas. É necessário reconhecer contudo a eficácia da utilização das técnicas cinemáticas como potenciadoras de emoções de forma quase reativa. Nesse sentido, os videojogos independentes poderão estar em desvantagem, com menos hipóteses de implementação de meios cinemáticos ao mesmo grau de qualidade das produções AAA. Este facto poderá ser compensado a partir da exploração de conceitos mais desafiantes que não apelem tanto à emoção direta e reativa mas ao domínio da reflexão posterior e de emoções mais duradouras.

Por outro lado podemos tentar enquadrar os videojogos não narrativos neste campo a partir de uma visão da narratividade mais ampla, como uma

construção cognitiva que transcende *medias*, disciplinas e barreiras históricas ou culturais. Tal como Marie-Laure Ryan refere, tudo pode ser considerado como narrativa desde que passe pela interpretação cognitiva de um ser pensante (2006, pp.1-2, 102), seja uma obra de arte, a vida real ou um videojogo abstrato. Neste âmbito, qualquer videojogo, mesmo que puramente através da sua jogabilidade acaba por contar sempre uma narrativa, por mais simples que seja. Assim, mesmo em videojogos que consideramos não terem qualquer foco na narratividade, o conceito da sua jogabilidade pode ser considerado como uma forma de narrativa. No *Tetris* o conceito/história passa simplesmente por mover e amontoar peças de forma a criar linhas que libertem espaço de jogo. A partir daí é possível que o jogador imagine uma narrativa mais profunda. Partindo de um conceito que serviu para enquadrar um tipo de jogabilidade poder-se-á conferir-lhe uma mensagem mais significativa que transcenda a ação de jogabilidade. Essa interpretação será portanto íntima e dependerá de seu impacto pessoal no jogador.

Os próprios criadores de videojogos podem ter, em certos casos, significados, para videojogos sem foco narrativo, mesmo que não os divulguem. Neste caso consideramos que poderá não existir uma intenção do criador em passar uma mensagem narrativa significativa, ainda que seja possível a sua existência. Neste sentido, e tomando novamente o exemplo de *Tetris*, considera-se que seja um videojogo de puzzle, não-narrativo e abstrato.

Se, por outro lado, tivermos em conta o potencial de uma construção narrativa em retrospectiva que conta a ação do jogador como se de uma história se tratasse, o jogador poderá então conferir-lhe essa dimensão.

Consideramos que um foco implícito na narratividade não é um fator obrigatório no campo dos videojogos autorais, uma exploração de jogabilidades e estéticas interessantes e inovadoras poderão ser suficientes assim como as interpretações que os jogadores retirem delas. Apesar disso, a utilização da narrativa é talvez a forma mais direta ou evidente de se conseguir, através de um videojogo, expressar algum tipo de mensagem e, dessa forma, ter um significado mais profundo. Essa mensagem não se restringe necessariamente a uma ficção, ou moral da história, poderá ser menos inteligível e mais reativa.

Pode, em certos casos, deixar um impacto estético e emocional no jogador num paralelo ao que surge da fruição de uma pintura de um autor como Jackson Pollock. Este tipo de experiência correlaciona-se mais diretamente com videojogos que se enquadrem, por exemplo, nos géneros de Puzzle e Ritmo.

A emoção resulta contudo não só da reação imediata aos estímulos audiovisuais mas também da perceção e gratificação da experiência como um todo. Aqui, mais uma vez, as supostas limitações nos videojogos independentes que os tornam experiências mais curtas e contidas, são potenciadoras desse efeito.

Braid (Number None, 2008) fala-nos de arrependimento, *Papers, Please* (Lucas Pope, 2013) fala-nos de imigração e *The Begginer's Guide* (Everything Unlimited Ltd., 2015) fala das inquietações íntimas de um criador de videojogos.



Fig. 64 - Papers, Please (Lucas Pope, 2013)

Captura de ecrã

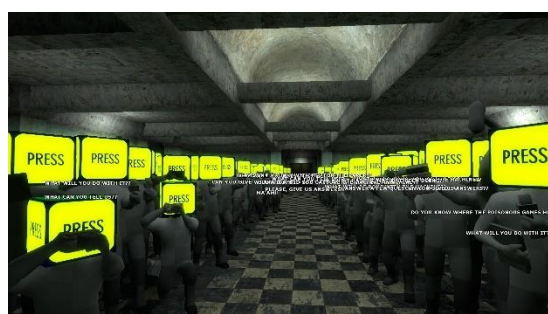


Fig. 65 - The Begginer's Guide (Everything Unlimited Ltd, 2015)

Captura de ecrã

Estes e outros exemplos já referidos mostram uma exploração temática abrangente e inovadora por parte dos criadores independentes dentro do campo dos videojogos. Usam-nos, como já vimos, como formas de comunicação de emoções ou sentimentos e também de histórias ideias ou conceitos. Falam da nossa própria condição humana em algo que Blow considera como uma forma de elevação dos videojogos a um meio culturalmente relevante (2006). A capacidade não só de nos fazer divertir mas

também de fazer sentir e refletir, com e após a experiência de jogo, tornam-na estimulante não só emocionalmente como também intelectualmente.

4.3.2 Impacto Sociocultural

Os videojogos que correlacionem mais profundamente a jogabilidade com a narrativa e estética a partir das formas de linguagem inerentes ao próprio meio dos videojogos ou inspiradas em formas de linguagem alternativas à cinematográfica, tornam-se especialmente relevantes no campo da produção independente. Como podemos ver, por exemplo, em *Interactive Storytelling: From Computer Games to Interactive Stories* (Charles et al, 2002) esta via abre espaço a uma maior abrangência de experiências e a uma diferenciação da narrativa nos videojogos relativamente ao cinema, rumo a novos públicos ou jogadores. Abre espaço à criatividade na própria forma de expressão do autor de videojogos que se diferencia do autor literário, musical ou cinematográfico. Eleva ainda a abrangência dos videojogos a outros públicos, alternativos, consumidores de tipos de conteúdo distintos. O videojogo autoral não passa assim simplesmente por uma vertente lúdica mas também pelo poder da mensagem que passa e que justifica a ação e o tempo investido pelo jogador no mesmo (Zagalo, 2015).

A forma como o faz pode ser extremamente variada e, simultaneamente, demonstrativa de tendências e evoluções de estilo tal como se poderá notar pela análise de dados decorrente dos videojogos nomeados nas várias categorias do *Independent Games Festival* (Capítulo 6).

A marca que um videojogo pode deixar passa não só pelo impacto em cada jogador mas também como um todo, como influenciou géneros, a indústria dos videojogos ou como teve um impacto na sociedade. O verdadeiro impacto sociocultural e coletivo só poderá ser convenientemente avaliado mediante algum distanciamento temporal, ainda que seja possível identificar casos de sucesso ou mediatismo mais imediatos.

Certos videojogos podem mudar a forma como se olha para este meio e como pode influenciar a envolvente sociocultural. Os criadores de videojogos

poderão transmitir mensagens, ideias e sentimentos e usar as suas obras como formas de expressão autoral. Podem, e devem, ser significativos em diferentes tipos de abordagens e contextos. Seja no caso de *Dys4ia* que traz a discussão íntima da sexualidade e género aos videojogos ou em *Papers, Please* que nos faz pensar no coletivismo e organização das nossas sociedades. Seja em *Braid* como um dos responsáveis por um novo caminho de videojogos independentes de grande qualidade criativa e conceptual. Ou *Minecraft* que mostrou que dar as ferramentas e a liberdade ao jogador para também ser criativo pode resultar num dos videojogos com maior impacto cultural global até agora criado. E, com *The Beginner's Guide* percebemos uma forma nova e intimista de falar de nós próprios e do que significa criar videojogos.

Os videojogos não têm uma necessidade ou vantagem em ser apenas obras anónimas. Em vez disso poderão ser, cada vez mais, o resultado de uma identidade única, seja derivada do trabalho artístico e criativo de um núcleo de criadores e colaboradores, seja partindo de autores individuais, que pela sua abordagem se distinguem especialmente.

Conclusões da 2ª Parte

Se nas artes tradicionais como a pintura ou literatura a identificação do autor é maioritariamente linear o mesmo não acontece, de forma tão evidente, nas artes colaborativas. A identificação de autores de videojogos poderá ser benéfica para o desenvolvimento deste meio não só como indústria de entretenimento mas também como uma forma de cultura. Procuramos por isso um paralelo a partir da indústria cinematográfica que passou pelo mesmo tipo de circunstâncias nesta problemática num caminho para tornar-se um meio culturalmente válido.

Através das teorias do *Cinema de Autor* percebemos que este conceito correlaciona-se sobretudo com a forma como um criador se diferencia criativa e artisticamente dos restantes e apresenta uma visão e percurso coerente através de um estilo pessoal de realização cinematográfica. O autor escreve com a sua câmara e, por essa razão, o significado do seu trabalho não se limita à execução prática e técnica de um texto escrito ou adaptado por um argumentista, mas à responsabilidade criativa de todo o projeto. Um realizador eleva o seu trabalho ao reconhecimento como Autor a partir do domínio das competências técnicas, da verificação de coerência estética no trabalho desenvolvido e do ponto de vista e mensagem que passa nos seus filmes. O mesmo pode ser aplicado num conceito de Videojogo de Autor.

Criadores de videojogos popularmente considerados como AAA como Hideo Kojima com a série *Metal Gear* (Konami 1987-2015) e Fumito Ueda com *Ico* (Team Ico, 2001), *Shadow of Colossus* (Team Ico, 2005) e *The Last Guardian* (Team Ico, 2016) são facilmente associáveis a um conceito de Autor mas não são a norma nesta indústria. Nestes casos uma forte direção do criador responsável transparece em videojogos claramente distintos dos concorrentes. Por outro lado, de forma geral, as hierarquias e vastas equipas, os interesses económicos, a falta de risco e o foco nos videojogos como marcas, dificultam que a voz dos autores possa ser valorizada e sentida pelos jogadores. Já no que toca ao desenvolvimento independente, esses fatores são significativamente minorizados. É um tipo de desenvolvimento mais recetivo à

criatividade acima da tecnologia e à valorização da voz autoral individual ou colaborativa de um criador ou pequeno estúdio de produção.

Assinar a autoria de um videogame a título pessoal como Arnt Jensen fez em *Limbo* apesar de ser fruto de um trabalho colaborativo ou assinar como um estúdio como Davey Wreden fez em *The Beginner's Guide*, apesar de ser um trabalho essencialmente individual surge, até aqui, como opcional. Não existe uma regra para fazê-lo e, por isso, resulta somente de decisões pessoais ou comerciais e não como uma forma de reconhecimento de validade autoral em si. Esse tipo de validade poderá surgir porém se for possível reconhecer uma linha condutora própria num conjunto de trabalho de um mesmo autor ou grupo de autores que, numa era de fácil acesso à informação, permita que jogadores e críticos possam seguir a evolução do trabalho de autores que apreciem.

Jonathan Blow é um exemplo disso, assinando os videogames pelos seus estúdios, apesar de ser uma figura reconhecível e marcante no segmento Indie. Existe uma expectativa relativamente aos próximos projetos a ser concluídos pelo autor, apesar do mesmo preferir que os videogames funcionem por si mesmos, com uma dimensão poética própria que transmite uma sensação ou mensagem através da sua jogabilidade e que vai para além dela.

As filosofias estruturalistas contestaram porém a importância do Diretor / autor cinematográfico considerando-o apenas mais um interveniente entre uma equipa de produção com diversas valências e especializações. Além disso consideram que a associação de um autor a um filme condicionará a visão do espectador relativamente ao mesmo. Apesar disso é notório que mesmo atualmente certos realizadores, como por exemplo Tim Burton ou David Lynch, recorrem a tipos específicos de construções audiovisuais e escolhas temáticas que os caracterizam. Desta forma a sua visão autoral, transcrita no seu trabalho criativo, é espectável e facilmente identificável pelos seus seguidores.

A questão de autoria deverá surgir não de uma vontade acordada ou pré-definida mas do valor e impacto do videogame como objeto artístico. Para isso acontecer não devem existir cedências comerciais ou um intuito nesse sentido

que se sobreponha ao da criação artística, como acontece no desenvolvimento de videojogos casuais e AAA.

Os *Art Games* ou *NOTgames* são certamente mais facilmente identificáveis como objetos artísticos, com um carácter profundamente experimental e frequentemente associados a instalações ou exposições artísticas. Apesar disso funcionam maioritariamente num nicho paralelo à indústria dos videojogos, apropriando-se da sua linguagem para criar obras artísticas e não da linguagem artística para criar videojogos culturalmente significativos. Por outro lado, os videojogos independentes, com carácter autoral, utilizam também uma abordagem tendencialmente mais artística mas inserem-se dentro do contexto da indústria e, por isso, enquadram-se mais especificamente dentro do foco delimitado de análise desta investigação

A relação entre os videojogos independentes e o conceito de videojogo autoral surge da maior predisposição e liberdade deste segmento relativamente ao risco e à criatividade. Seja por vontade própria ou por limitação, chega-se a soluções criativas em videojogos reduzidos aos seus elementos essenciais. Daí resultam experiências mais curtas mas compactas, coesas e significativas em toda a sua extensão.



Esquema. 3 - Condições necessárias ao videojogo autoral

A expressão autoral caracteriza-se então por ser uma forma de comunicação e expressão onde sobressai uma marca distintiva do seu autor. Nesse contexto consideramos que existem certas condições necessárias à expressão autoral nos videojogos a partir de três dimensões correlacionáveis: A criatividade, o estilo e o significado.

Um videojogo autoral é, em primeiro lugar, um videojogo criativo pois distingue-se dos demais por abordagens diferenciadoras que são resultantes de inovação, principalmente a nível de conteúdo, e experimentação artística.

Tomam forma prática em termos de estilo de grafismo, narrativa ou jogabilidade e da sua total conjugação num resultado coerente, mas também criativo e interessante. O estilo de jogabilidade pode resultar de homenagear, subverter, juntar ou cortar com os géneros de videojogos e apresentar propostas novas e criativas. O estilo gráfico surge numa abordagem normalmente alternativa a um carácter de fotorrealismo, seja como forma de distanciamento relativamente a uma competição direta com os videojogos AAA, seja pela complexidade técnica de produção. Em vez disso segue-se a inspiração e apropriação de estilos gráficos diferenciados que partam de diferentes origens ou técnicas como diversos tipos de pintura e desenho à mão. Apresentam assim mais diretamente um carácter diferenciador que poderá ser facilmente identificado apenas por uma imagem de captura de ecrã. O estilo visual é, contudo, apenas uma face de um todo que necessita de conteúdo. Assim sendo, será possível reconhecer um estilo estético marcado de um autor em vários videojogos mas a ausência de um significado pode limitá-lo ao espaço lúdico e a uma fruição meramente estética ou funcional.

A narrativa nos videojogos Indie também pode ser considerada como uma questão de estilo em que poder-se-á optar pela sua existência ou ausência.

Ao contrário do que é recorrente em videojogos AAA, a narrativa não tem que surgir derivada da apropriação da linguagem cinematográfica mas pode inspirar-se também em outras formas de cultura e nas linguagens inerentes aos videojogos por si só.

Quando considerarmos as condições necessárias à existência de um videogame autoral, uma narrativa será uma das formas mais diretas para comunicar uma mensagem ou ideia mais profunda. Apesar disso é evidente que, tal como numa pintura abstrata, um videogame não tem que comunicar necessariamente uma ideia ou mensagem inteligíveis e pode, ainda assim, ser uma experiência estimulante. Apenas poderá não o ser no espectro completo das três componentes que consideramos relevantes e necessárias à expressão autoral nos videogames.

Deve existir também uma relação íntima entre jogabilidade, estética e narrativa num todo coeso e coerente. Isto individualiza os videogames como forma de transmissão de mensagens alternativa à forma cinematográfica e abre espaço para uma maior abrangência de experiências. A importância do significado como uma das condições necessárias à existência de videogames autorais prende-se também com o aspeto de elevar a experiência lúdica a uma experiência cultural que nos toque e faça pensar além da jogabilidade em si. Algo que dê um sentido e razão mais profundos à existência do videogame. Assim, o autor de videogames não cria apenas para entreter o jogador, mas também para partilhar uma ideia ou mensagem com ele. Pode, através dos videogames, falar de temas reais e íntimos e fazer-nos refletir sobre a nossa condição humana.

Na contenção e limitação inerentes aos videogames Indie encontra-se uma oportunidade para a transmissão de uma mensagem e ideia narrativa de forma mais forte e eficaz do que na tentativa de abrir múltiplos caminhos e ramificações. Procura-se um realismo mas, nestes casos, não por um investimento técnico ou tecnológico mas pela autenticidade de traçados próprios, jogabilidade inovadora e temas intimistas.

O videogame autoral deverá ter um significado que se pode transcrever num impacto pessoal ou íntimo para cada jogador ou sociocultural ou coletivo.

Este impacto pode advir de um videogame como *Minecraft* em que o significado reside na liberdade criativa dada ao jogador para criar o seu próprio mundo e aventura e de como essa experiência, e sucesso da mesma, foram importantes

para a envolvente sociocultural, não só como um videojogo como entretenimento mas também, neste caso, como ferramenta criativa e educacional.

That Dragon Cancer (Numinous Games, 2016) é outro exemplo relevante ainda que completamente distinto de Minecraft. Numa mescla entre jogabilidade, narrativa e poesia, este videojogo retrata a vivência verídica da família Green, criadores do videojogo, acompanhando a luta contra o cancro do seu filho com um ano de idade. O desenvolvimento do videojogo por parte de Ryan e Amy Green tornou-se uma forma de lidar e refletir sobre a experiência que vivenciavam na incerteza e combate da doença. Aos 5 anos Joel faleceu e, após um interregno na produção, o videojogo passou por uma redefinição até à sua forma final que se aproxima de um memorial à curta vida do seu filho.

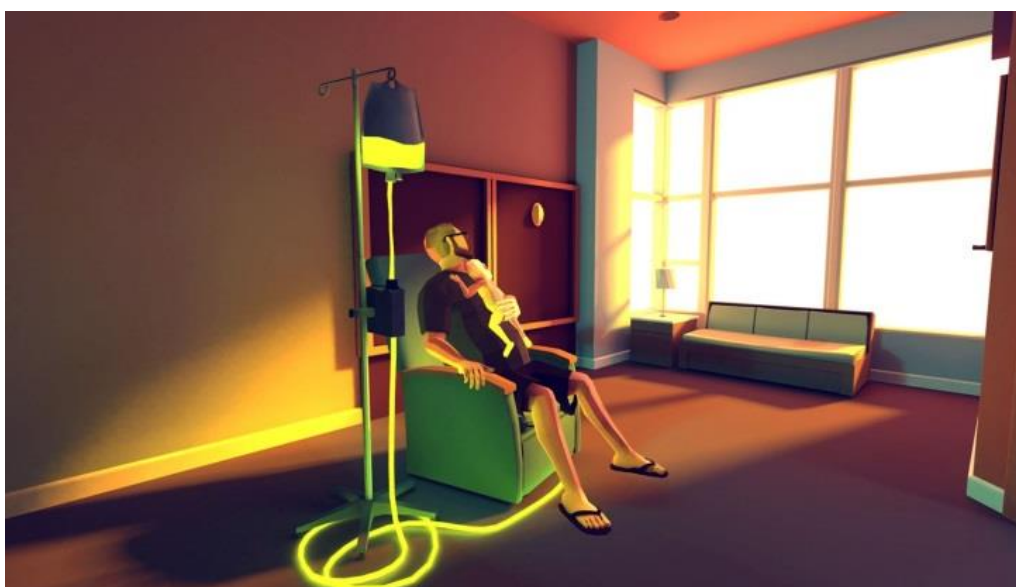


Fig. 66 - *That Dragon Cancer* (Numinous Games, 2016)

Captura de ecrã

Este videojogo surgiu de uma reflexão autobiográfica muito íntima da incerteza, dor, luto e fé e resultou como um trabalho catártico para os seus autores. É certamente impactante não só para os seus autores, como para quem o joga, principalmente se conhecer o seu enquadramento autobiográfico. Certamente será a primeira vez que este tema é abordado num videojogo e, mais do que isso, a visão autoral de Ryan e Amy Green é única e intimamente pessoal e, dessa forma, irrepetível. A possibilidades de exploração autobiográfica torna

That Dragon Cancer não só interessante por si só, a partir das suas mecânicas, estilo e significado, como importante no meio que se insere e, possivelmente, fora dele. E quanto aos seus autores? Será interessante observar que caminhos seguirão depois de uma obra tão pessoal. A vontade de saber a resposta mostra que uma maior identificação dos autores de videojogos pode também ser relevante, numa perspetiva não só de seguir o trabalho dos mesmos, como de o estudar e compreender a sua evolução.

Contrariamente a artefactos tecnológicos que se tornam descartáveis no tempo ou relevantes apenas por um valor nostálgico, os videojogos autorais devem ser algo que persiste e se torna parte da cultura. A par de certas obras cinematográficas, de literatura e música, isto verificar-se-á pela relevância dos seus conteúdos. Nesse sentido consideramos que um videojogo diferenciador e culturalmente significativo pode, por si próprio, ser um *Videojogo de Autor*. Por outro lado, a obra coerente e relevante de um criador, com uma análise continuada da mesma, pode atribuir-lhe um reconhecimento como um *Autor de Videojogos*. O seu significado sociocultural pode então refletir também sobre a globalidade da obra do autor mediante a sua relevância, coerência e evolução.

Esta proposta de três condições necessárias à expressão autoral nos videojogos surge da investigação teórica feita e é complementada, na terceira parte desta tese, através dos dados resultantes dos nomeados às várias categorias do *Independent Games Festival*. Identificaremos de forma prática pontos em comum e tendências evolutivas de estilos durante o período de realização do festival. Estudamos igualmente a perceção pública e opinião relativamente a estes temas a partir de outro estudo estatístico resultante de um inquérito que elaboramos.

3ª Parte:

Estudo Estatístico

5. Reconhecimento Público

Para que pudéssemos verificar qual a perceção pública dos conceitos de Indie e de Expressão Autoral nos videojogos realizamos uma pesquisa de campo. Esse trabalho teve como base a recolha de informações estatísticas através de um questionário constituído por perguntas fechadas (Apêndice 1).

Durante os meses de Maio e Junho de 2014 disponibilizamos *online* o inquérito através da plataforma *Google Drive*, tendo por título *Videojogos Independentes (ou Indie)*. Pretendíamos recolher respostas não só de jogadores frequentes mas também de jogadores mais casuais e até de criadores de videojogos, numa amostra diversificada. O inquérito foi divulgado, numa primeira fase, por contactos pessoais, listas de *emails* de estudantes, docentes e investigadores. Numa segunda fase partilhou-se o inquérito em grupos fechados de *Facebook* com interesse em videojogos como o *Game Dev Meet*, *Comunidade Gamer Portuguesa* e *I Love Retrogaming*. O alcance efetivo que estimamos destes contactos é de cerca de 3200 pessoas obtendo-se um número total de 315 inquéritos respondidos, o que equivale a uma percentagem de resposta de cerca de 10%.

5.1 Formulação do inquérito

O inquérito foi estruturado de forma a responder a 2 questões principais, utilizando para isso uma série de subquestões que na sua análise conjunta permitam um estudo aprofundado da perceção pública sobre os tópicos em análise. Essas questões são:

- 1: O que são considerados videojogos Indie?
 - 1.1 O que é (ou não) videojogo Indie?
 - 1.2 Existem géneros de jogo caracteristicamente Indie?
 - 1.2.1 Jogabilidade
 - 1.2.2 Narrativa
 - 1.3 Existe uma estética caracteristicamente Indie?

2: Os videojogos Indie podem ser um meio de expressão autoral?

2.1 O público reconhece autores de videojogos?

2.2 A perceção de um autor influencia os jogadores a escolher determinados videojogos?

Optamos por não usar questões de resposta aberta devido à sua maior subjetividade e numa estratégia de motivação do inquirido de forma a responder mais rapidamente a um questionário relativamente extenso.

Antes de prosseguir com a divulgação pública do inquérito foram inquiridas 5 pessoas, 2 delas jogadores regulares, 2 jogadores casuais e 1 não jogador. Além de responder a uma primeira versão teste foi solicitada a opinião e crítica deste grupo sobre a estrutura do inquérito em si, segundo a qual foram efetuadas algumas alterações para permitir menos ambiguidade e um tempo de execução mais rápido.

O inquérito foi remodelado de acordo com os comentários e sugestões chegando ao seu formato final de 31 questões com um tempo total de resposta entre 10 a 15 minutos. Os inquiridos consideraram o inquérito facilmente compreensível no seu formato final e simples de responder. Comentaram positivamente o facto de todas as questões serem fechadas (escolha múltipla) e gostaram especialmente de tentar perceber através de imagens, quais seriam os videojogos Indie, assim como fazer a comparação qualitativa entre vários videojogos.

A ordem das questões foi alterada para que se apresentasse imagens apenas numa segunda parte do inquérito para não influenciar as respostas iniciais dos inquiridos. A classificação das imagens foi refeita para se tornar menos confusa optando por apresentar-se apenas uma imagem por página. Removeu-se uma escala de valor qualitativo relativa a vários jogos Indie pois tornava o inquérito demasiado extenso optando por simplificar-se o processo com a escolha de "sim", "não" e "talvez".

Os estudos comparativos foram distribuídos por páginas independentes e, apesar de repetirem as imagens para duas questões diferentes, foi considerada

preferível essa solução em termos de uma conveniente leitura da questão e observação das imagens.

5.2 Justificação das questões

As questões do *Grupo 0* definem o perfil do inquirido a partir das informações gerais de género e faixa etária. Segundo a sugestão do grupo teste de inquiridos de divisão das faixas etárias não por décadas mas por fases de vida. Até aos 12 anos como criança, dos 12 aos 17 anos adolescente, dos 18 a 24 anos jovem adulto, dos 25 aos 34 anos, 35 a 44 e mais de 45 anos como adultos. Considerou-se que a delimitação das faixas dos 25 aos 34 anos e dos 35 aos 44 anos é relevante na análise pois são segmentos segundo os quais os inquiridos terão potencialmente acompanhado a evolução e democratização da utilização dos videojogos com as consolas de 8 e posteriormente 16 bits que mostram particular influência nos jogos Indie. Questiona-se ainda neste grupo a regularidade com que os inquiridos jogam e os dispositivos utilizados para o fazer, de forma a estabelecer e delimitar o perfil de jogador como frequente ou casual.

Nas questões do *Grupo 1* averigua-se a opinião direta dos inquiridos sobre os videojogos Indie numa perspetiva geral. Na questão 1.1 é permitida a escolha entre várias definições comuns para videojogos Indie. No ponto seguinte, com a mesma estrutura, pretende-se saber a opinião dos inquiridos sobre os elementos constituintes mais importantes ou característicos deste tipo de videojogos, da jogabilidade à estética, narrativa, som e inovação. As duas últimas questões referem-se à perceção da existência ou não de um público-alvo específico para os videojogos Indie e os dispositivos preferenciais para os jogar.

O *Grupo 2* incide especificamente sobre a jogabilidade analisando quais são os géneros de videojogos preferidos pelos inquiridos e percebendo se existe correspondência entre os géneros que consideram ser mais característicos ou relevantes em videojogos Indie. Pede-se, de seguida, uma avaliação qualitativa de 5 itens com base em 5 níveis de concordância. A escolha da utilização desses 5 níveis nesta e em outras questões do inquérito deve-se a possibilitar

ao inquirido a opção por um valor central neutro assim como 2 níveis com diferentes graus de concordância ou discordância. Essa abordagem é tida em conta de forma semelhante no *Grupo 3* referente à componente de estilos gráficos.

O *Grupo 4* segue uma abordagem distinta onde se apresentam 10 imagens de diferentes videojogos e se questiona se o inquirido os reconhece, se pensa tratarem-se de um videojogos Indie e se aprecia o seu estilo gráfico. As hipóteses de escolha neste campo são apenas *sim*, *não* e *talvez* pois optou-se por simplificar e aglomerar duas questões numa só para diminuir a extensão do inquérito. Esta alteração foi implementada devido aos comentários iniciais ao inquérito-teste. A escolha de cada videojogo representado na imagem procura ser a mais pertinente para a posterior análise de dados tendo sido limitado a um número razoável de imagens a mostrar. Deve realçar-se, contudo, que apenas uma imagem não é suficiente para descrever um videojogo e, também por essa razão, a abordagem seguida tem em conta sobretudo uma caracterização em termos visuais. Seria pouco realista esperar que os inquiridos assistissem a diversos vídeos de jogabilidade em vez de imagens ou que, preferencialmente, jogassem cada um dos videojogos apresentados, pelo que se optou pela hipótese alternativa. O mesmo aplica-se nos próximos pontos.

Nas questões presentes no *Grupo 5* é feito um estudo comparativo entre vários videojogos tentando perceber se um conceito inovador e estilo gráfico fora do comum são suficientes para despertar o interesse por um videojogo e, por outro lado, quais são os estilos gráficos preferidos pelo universo de inquiridos.

Por fim, no *Grupo 6* aborda-se a questão da perceção pública de quem é o autor de um videojogo e se os inquiridos reconhecem os nomes de certos autores/criadores de videojogos. Neste mesmo contexto é questionada a razão da escolha no momento de adquirir videojogo, seja por reconhecimento de um autor, estúdio, série, ou pelo videojogo em si.

5.3 Análise dos dados

Após um período de três semanas demos por encerrado o inquérito recolhendo da plataforma *online* os dados resultantes, organizando-os e tratando-os de forma a poder quantificá-los convenientemente. Nos subpontos seguintes apresentamos e analisamos os resultados deste estudo.

5.3.1 Grupo 0 - Perfil do inquirido

Dos 315 inquiridos que responderam ao inquérito, 215 foram pessoas do sexo masculino e 64 do sexo feminino.

O segmento onde se verificou a maior percentagem de respostas (48,89%) foi o dos 18 aos 24 anos seguido pelo segmento dos 25 aos 34 anos com 33,11% das respostas. O número de respostas decresce consideravelmente nos dois segmentos seguintes tendo o dos 35 aos 44 anos 9,84% das respostas totais e o de mais de 45 anos apenas 2,86%. Esta menor participação pode indicar uma menor ligação a temas relacionados com os videojogos a partir dessas faixas etárias que poderá ter ocorrido por 2 fatores: desinteresse relativamente ao tema, e/ou menor participação das listas de correio eletrónico ou comunidades *online* onde o inquérito foi divulgado.

Até aos 12 anos foi obtida apenas uma resposta (masculino) sendo previsível que através dos canais de divulgação utilizados não se obtivesse respostas neste segmento.

Dos 12 aos 17 anos obtiveram-se 6,98% das respostas sendo o único segmento com preenchimento exclusivo por inquiridos do sexo masculino. De acordo com as fontes de divulgação do inquérito pode considerar-se que estas respostas são provenientes dos participantes nas comunidades de jogadores com grupos no *Facebook* deduzindo-se que até aos 18 anos a participação de membros do sexo feminino nesses grupos de discussão e interesse sobre videojogos é mais baixa.

Pode considerar-se que o grupo de inquiridos é composto maioritariamente por jogadores frequentes de videojogos visto que 79,05% afirmam jogar diariamente ou 2 a 3 vezes por semana e apenas 1,27% afirmam nunca jogar.

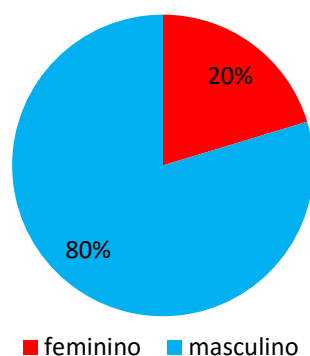


Gráfico. 1 - Género dos inquiridos

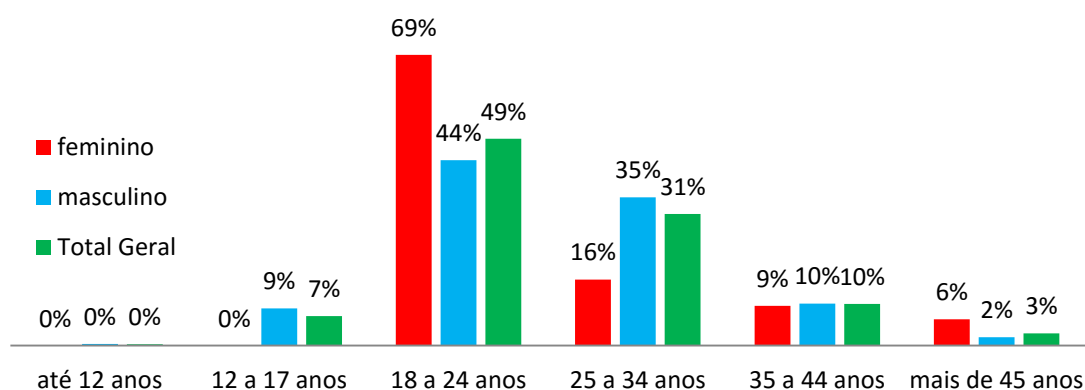


Gráfico. 2 - Idades dos inquiridos

Relativamente a hábitos de jogo pode verificar-se que 54,60% dos inquiridos afirma jogar diariamente sendo que essa regularidade recai sob 59,36% dos inquiridos masculinos e sob 35,94% dos inquiridos do sexo feminino tendo, neste segundo caso, exatamente o mesmo valor de jogadoras ocasionais.

Nenhum inquirido do sexo masculino afirmou nunca jogar videojogos e apenas 6,25% dos inquiridos do sexo feminino respondeu nesse sentido. O hábito de jogar duas ou três vezes por semana também tem alguma expressividade apresentando-se a 18,75% no sexo feminino e 25,90% no masculino.

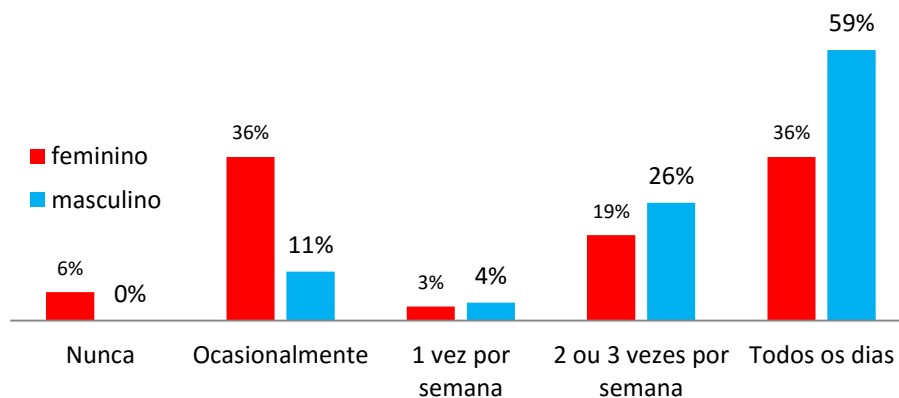


Gráfico. 3 - Regularidade com que joga (por género)

Na análise de hábitos de jogo relativamente às faixas etárias, 68,18% e 60,39% do segmento dos 12 a 17 e dos 18 a 24 anos respetivamente afirmaram jogar todos os dias. Nos dois segmentos de idades superiores a percentagem de inquiridos que joga 2 a 3 vezes por semana ou ocasionalmente supera o número de jogadores diários notando-se um decréscimo do tempo despendido a jogar com o aumento da idade.

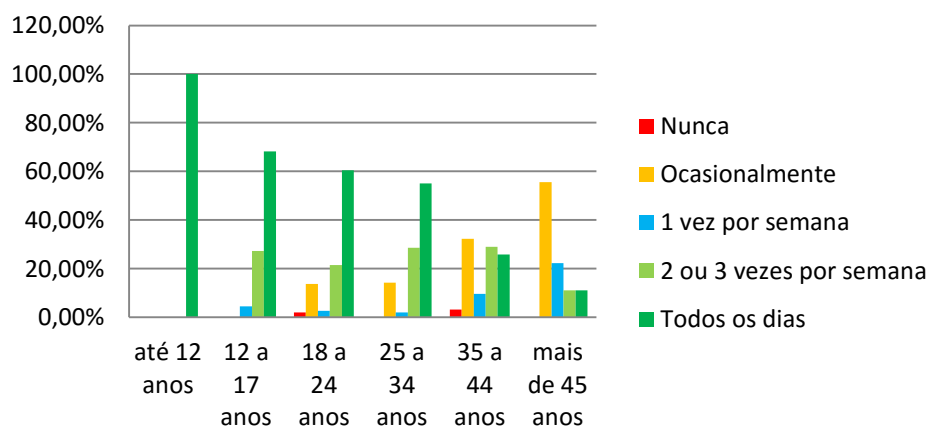


Gráfico. 4 - Regularidade com que joga (por idades)

As plataformas mais utilizadas pelos inquiridos para jogar são o computador pessoal com 32,67% das respostas, seguido das consolas e *smartphones* com 21,29% e 19,55% respetivamente. Nos inquiridos do sexo feminino verifica-se uma maior utilização do computador pessoal para jogar (34,03% destes) mas, ao contrário dos inquiridos do sexo masculino, a utilização de consolas perde destaque em detrimento do uso de *tablets* (13,89% e 24,31% respetivamente).

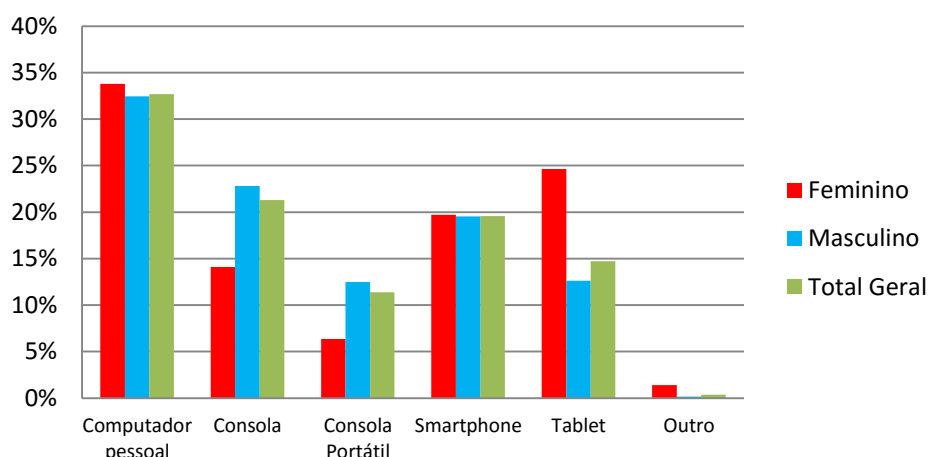


Gráfico. 5 - Dispositivos de jogo utilizados (por género)

O relatório anual de 2014 da *ESA* (Entertainment Software Association) divulga estatísticas semelhantes e pertinentes sobre hábitos de jogo mas foca-se exclusivamente no mercado norte-americano. No inquérito apresentado nesta investigação o universo de inquiridos é maioritariamente proveniente de falantes da língua portuguesa, principalmente portugueses mas também brasileiros. O foco nessas duas nacionalidades não foi premeditado mas surgiu naturalmente do núcleo de contactos e comunidades contactadas. Verificam-se assim naturalmente diferenças entre os dois estudos estatísticos. A título de exemplo é interessante verificar que segundo a *ESA*, a maior percentagem dos jogadores do mercado norte-americano (39%) tem 36 ou mais anos enquanto os dados obtidos nesta investigação indicam uma clara redução do número de jogadores e frequência de jogo a partir dos 35 anos (25,81%).

5.3.2 Grupo 1 - Videojogos Indie

1.1 Quais das seguintes opções definem melhor um videojogo Indie?

Na primeira questão diretamente relacionada com o tema houve bastante dispersão de resultados denotando-se a inexistência de uma resposta universalmente aceite. Em vez disso o termo *videojogo Indie* tem sido aplicado em diferentes contextos. A resposta com maior percentagem de escolha (24%) foi *"um videojogo feito por uma pessoa ou pequena equipa"* o que enquadra o

termo *Indie* como definidor da forma de produção do videogame em vez do seu conteúdo. A segunda escolha mais popular com 19,53% foi "*um videogame inovador*" classificando videogames Indie no campo do conteúdo e pressupondo a sua originalidade. A escolha seguinte 15,06% foi "*um videogame simples*". 13,29% consideram ser "*um videogame com uma estética única*", 12,47% consideram ser "*videogames artísticos*" seguindo-se de 10,12% que encaram como "*videogames autorais*". Apenas 6% dos inquiridos vê o videogame Indie como "*um videogame amador*" percebendo-se que a ideia de um videogame Indie ser apenas um *hobby* ou algo feito sem profissionalismo tem pouca expressão. As percentagens das respostas relativamente a cada campo de escolha obtidas entre inquiridos do sexo masculino e feminino são semelhantes.

- Um videogame amador
- Um videogame artístico
- Um videogame autoral
- Um videogame com estética única
- Um videogame feito por uma pessoa ou uma pequena equipa
- Um videogame inovador
- Um videogame simples

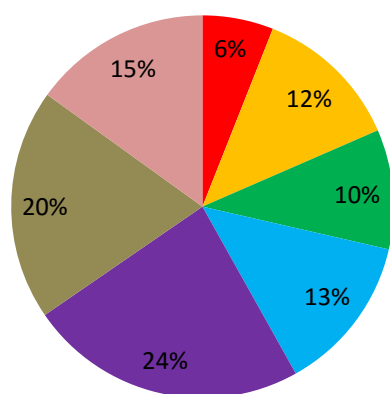


Gráfico. 6 – Definição de Indie
(Várias escolhas)

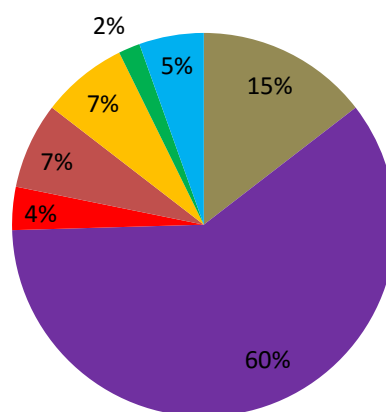


Gráfico. 7 – Definição de Indie
(Apenas uma escolha)

Era possível a escolha de várias respostas neste campo e 34% dos inquiridos escolheram apenas uma, o que pressupõe que essas são as escolhas em que o inquirido tem uma ideia mais vincada relativamente ao que são os videogames Indie. Aí é igualmente mais expressiva a escolha de que "é um videogame desenvolvido por apenas uma pessoa ou pequena equipa" com 60% das respostas individuais seguindo-lhe "um videogame inovador" com 14,55% e simples e artístico ambos com 7,27%.

A resposta "um videogame amador" tem 3,64% destas respostas e autoral apenas 1,82%. Pode-se aferir por estes dados que entre o público com um maior grau de definição na sua resposta relativamente à aceção dos videogames Indie, prevalece claramente o modo de produção como a definição correta e o termo autoral como o menos correto ou menos utilizado.

1.2 O que considera mais importante/característico num videogame Indie?

Nesta questão a "jogabilidade" e a "inovação" perfizeram um total de 56,62% das respostas tendo cada uma delas valores próximos, 28,92% e 27,69% respetivamente. O domínio da estética, narrativa e som, ou seja, o aspeto e conteúdo narrativo do jogo, teve menos relevância relativamente à jogabilidade em si e ao grau de inovação. Nos inquiridos que apenas utilizaram uma resposta das várias disponíveis (30,79%) mantêm-se as mesmas escolhas mas com maior destaque. A jogabilidade e a inovação, com valores muito próximos, perfazem 79,38% das escolhas.

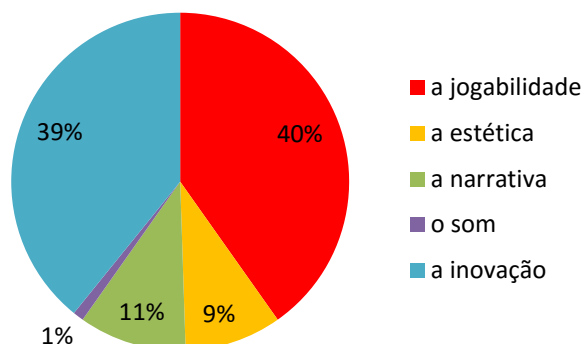


Gráfico. 8 - Características mais importantes dos videogames Indie

1.3 Quem é o público-alvo dos videogames Indie?

50,79% das respostas indicam os *jovens* como público-alvo preferencial dos videogames Indie seguido de 34,92% para *crianças* e *adultos* em último lugar com 12,70%. Os inquiridos do sexo feminino têm uma maior percentagem de respostas no sentido do público-alvo serem os *jovens* (68,75%) enquanto nos inquiridos do sexo masculino essa percentagem baixa para 46,22% distribuindo

o valor de respostas remanescente entre *crianças* e *adultos*. Apesar da possibilidade da escolha de *género masculino* ou *feminino* como público-alvo dos videojogos Indie apenas 5 inquiridos do sexo masculino escolheram esta opção. Todos eles consideraram como público-alvo preferencial o masculino, contudo, não se mostram relevantes tendo apenas 1,59% das respostas.

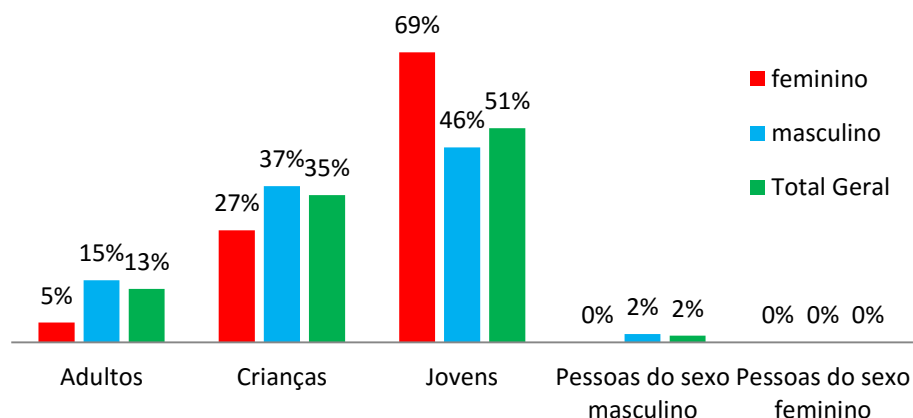


Gráfico. 9 - Público-alvo dos videojogos Indie

1.4 Quais são as principais plataformas para jogar videojogos Indie?

Os computadores pessoais, englobando os videojogos *online* em *browser*, perfazem 44,09% das respostas dos inquiridos como as principais plataformas para jogar videojogos Indie sendo as consolas portáteis consideradas as menos importantes (6,86%). Os *smartphones* aparecem em segundo lugar seguidos dos *tablets*, ambos sobrepondo-se às consolas e consolas portáteis. Os inquiridos do sexo feminino registram a menor percentagem de escolha das consolas e consolas portáteis como dispositivos principais para jogar videojogos Indie.

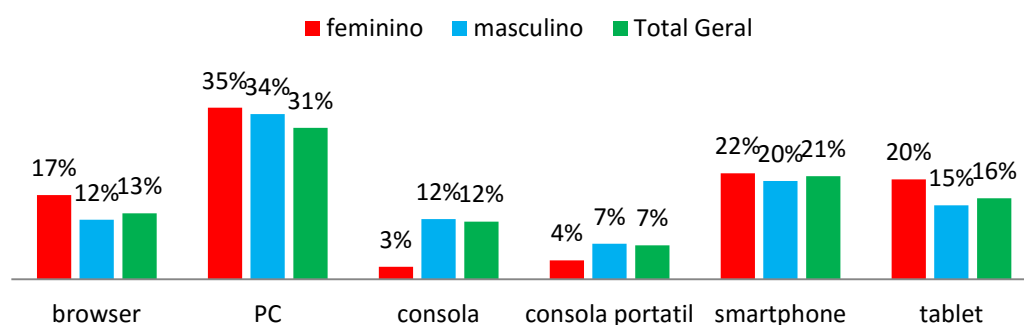


Gráfico. 10 - Principais plataformas para jogar videojogos Indie

Conclusões do Grupo 1

Correlacionando os dados das quatro questões deste primeiro grupo é perceptível que existe algum desconhecimento e confusão relativamente ao que são os videojogos Indie. Apesar disso, a percentagem mais elevada de respostas tende a classificá-los como uma designação para um modo de produção baseado em pequenas equipas, algo que é coincidente com a designação considerada mais correta no âmbito desta investigação.

A jogabilidade e a inovação são consideradas as características mais importantes dos videojogos Indie mostrando que existe uma perceção que este modo de produção permite às equipas e aos seus autores uma maior liberdade criativa de exploração e experimentação. Este é um ponto importante de vantagem destes videojogos relativamente aos videojogos desenvolvidos por estúdios associados às grandes editoras. Pode ser também a forma mais direta de conseguir diferenciar-se e destacar-se sem competir diretamente no campo dos recursos humanos e técnicos dos grandes estúdios com os quais não se poderiam equiparar.

Segundo as respostas apuradas, a perceção de videojogos Indie como *videojogos artísticos* não é neste momento demasiado relevante não limitando estes videojogos a um nicho. O mesmo acontece relativamente ao público-alvo ser considerado primariamente para jovens e depois crianças e, só em último lugar para adultos. Não existe contudo qualquer delimitação de videojogos Indie como mais dirigidos para um público-alvo masculino ou feminino o que mostra que são inclusivos nos vários géneros que exploram. O termo *videojogo autoral*, proposto nesta investigação, não é ainda reconhecido ou considerado relevante, o que consideramos correto tendo em que não consideramos ser sinónimo direto de videojogo Indie. Apesar disso, uma maior correlação entre videojogos e Arte poderá ser uma das formas de associar os videojogos a um público adulto. Esta correlação é mais facilmente perceptível no campo dos videojogos produzidos de forma independente devido à sua maior abertura à inovação.

Os *PCs* apresentam-se como os principais dispositivos para jogar videojogos Indie. Este segmento é relevante devido à sua abertura que permite a venda direta nos *sites* dos autores e principalmente pela existência de lojas *online* especializadas, como a *Steam*. Os dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones* também permitem uma publicação própria mais facilitada mas, com um elevado número de videojogos a serem produzidos, a saturação de mercado torna mais difícil a descoberta e interesse por cada título. Considerando que 66,96% dos inquiridos afirmaram utilizar estes dispositivos para jogar é evidente que os criadores Indie aproveitem contudo esta oportunidade tendo em conta a facilidade de publicação, ferramentas de desenvolvimento com custos reduzidos e um enorme público potencial.

A Sony, a Microsoft e a Nintendo, as três grandes produtoras das consolas atualmente existentes no mercado, *PS4*, *Xbox One* e *Wii U* apostam nos videojogos Indie como uma parte importante dos seus portfólios colmatando os espaços de tempo sem lançamento de grandes produções. A consola *OUYA*, que pretendia ser a principal consola para a produção Indie não conseguiu, apesar de tudo, tornar-se relevante no mercado, apesar da boa recetividade inicial que teve na plataforma de *crowdfunding* Kickstarter. Devemos realçar contudo que a *OUYA* não contou com uma estrutura ou recursos comparáveis com as três empresas supracitadas. Ao contrário da perceção dos inquiridos, as consolas portáteis podem de facto ser plataformas importantes para os videojogos Indie, a Sony especialmente com a sua *Playstation Vita* já o referiu como foco principal (Crecente, 2014). Será contudo necessário facilitar ainda mais o processo e abertura destas plataformas aos criadores independentes reduzindo, ou eliminando, por exemplo, os custos de *kits* de desenvolvimento e oferecendo um maior apoio à divulgação.

5.3.3 Grupo 2 - Jogabilidade e narrativa Indie

2.1 Que género ou géneros associa a videojogos Indie?

Os géneros mais escolhidos foram *Aventura*, *Plataformas* e *Puzzle* com uma percentagem entre 19 e 21% das respostas. Seguem-se *RPG* (*Role Playing Game*), *Ação* e *Estratégia* entre 10 e 13%. *Desporto* e *FPS* (*First Person Shooter*) registraram os valores mais baixos de 2,51% e 0,3% respetivamente. 1.6% dos inquiridos escolheram a opção "outros".

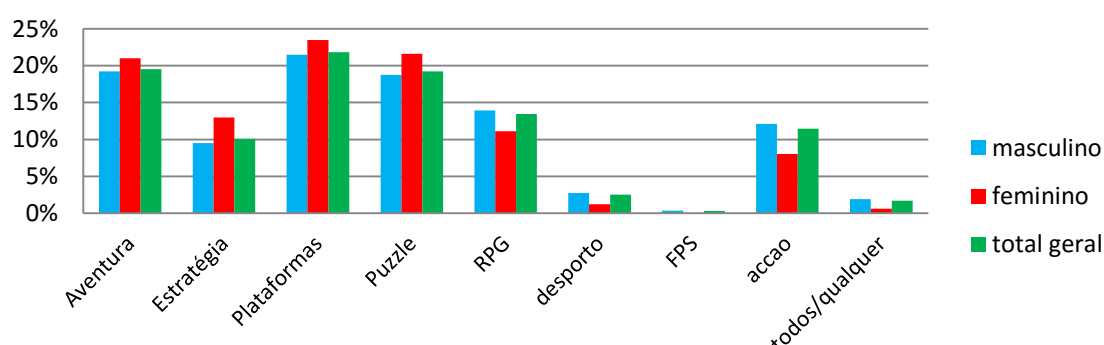


Gráfico. 11 - Géneros mais associados a videojogos Indie

Torna-se claro que apesar de alguns géneros serem mais associados a videojogos Indie, existe bastante variedade de géneros abordados. Mesmo entre géneros como *FPSs* e *Desporto*, apesar de menos representativos, apresentam visões criativas relativamente aos mesmos géneros produzidos sob financiamento das grandes editoras. Vários videojogos Indie com perspetiva em primeira pessoa deixam a componente de ação / disparo em favor de ambientes mais atmosféricos e do terror de sobrevivência como é o caso de *Slender: The Eight Pages* (Parsec Productions. 2012) e *Amnesia The Dark Descent* (Frictional Games, 2010) ou abordagens mais abstratas com jogabilidade centrada na resolução de *puzzles* (*Antichamber*, Alexander Bruce, 2013).

2.2 Que género ou géneros de videojogos prefere?

Os géneros preferidos pelos inquiridos são *Aventura*, *Ação*, *RPG*, *Estratégia* e *Plataformas* de forma bastante próxima e perfazendo 80,92% do total das preferências, sendo que os videojogos desportivos, *Simuladores* e outros englobam apenas 7,86% das preferências. Em termos de género, a preferência dos inquiridos de sexo feminino vai para a *Estratégia* 23,38%, a *Aventura* 19,48% e o *Puzzle* 17,53% enquanto no masculino o *RPG*, *Aventura* e a *Ação* apresentam algum destaque nas preferências. Relacionando estas preferências a questão anterior há uma correspondência próxima nos géneros de *Plataformas* e *Aventuras*. O maior desajuste em termos de género encontra-se nos videojogos *Puzzle* e de *Ação* sendo os primeiros mais associados a Indie, apesar dos videojogos de ação captarem a preferência dos jogadores. Segundo o relatório anual da ESA o género de *Puzzle* é o segundo mais jogado tanto *online* como em dispositivos móveis mas a *Ação* detêm a maior percentagem de vendas no total dos sistemas (ESA, 2014).

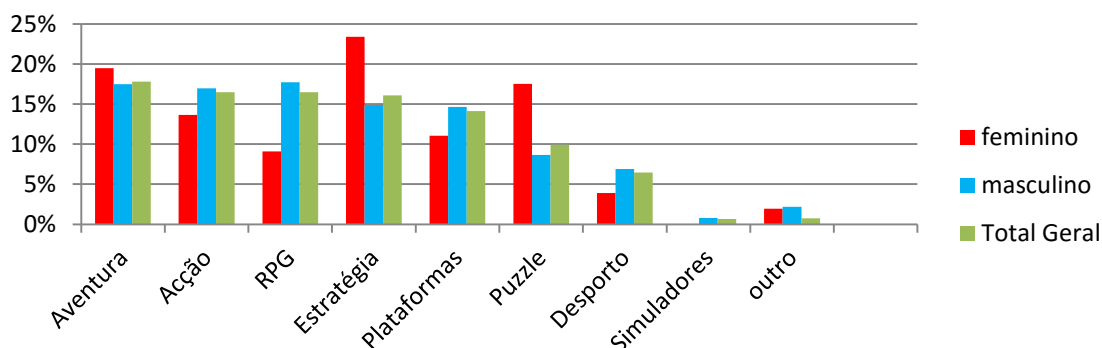


Gráfico. 12 - Géneros de videojogos preferidos

2.3 Em termos de jogabilidade os videojogos Indie são...

Esta questão não utiliza a escolha múltipla mas uma escala de valor que varia em 5 fases entre *discordo completamente* e o *concordo completamente* sendo o ponto médio *neutro*. Quando questionados se em termos de jogabilidade os videojogos Indie são mais apelativos (2.3.1) a maioria dos inquiridos (48,74%) é neutro na resposta no entanto, 30,10% concorda.

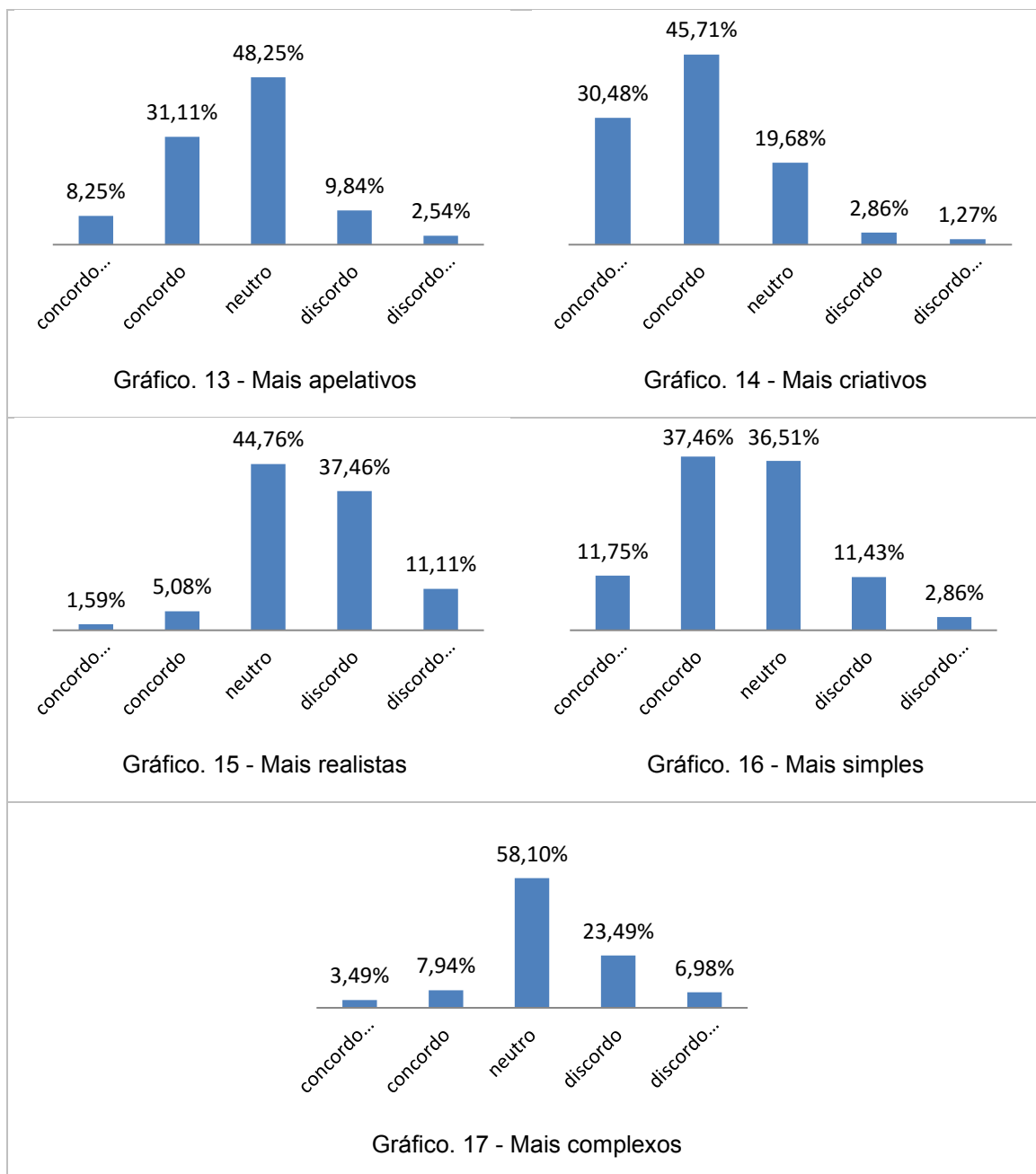


Tabela 6 - Jogabilidade dos videojogos Indie

Pode-se constatar que os videojogos Indie são considerados por quase metade dos inquiridos como tão interessantes como os restantes videojogos, sendo ao mesmo tempo algo que se deve considerar mais jogo a jogo do que de uma forma global. No ponto 2.3.2 questiona-se a criatividade da jogabilidade dos videojogos Indie e 75,92% dos inquiridos considera-os mais criativos e apenas 5,32% menos, numa diferença bastante expressiva. Em 2.3.3 pergunta-se.

sobre o grau de realismo e 41,90% discorda que a jogabilidade dos videojogos Indie seja mais realista e 40,12% são neutros. Apenas 4,08% considera mais realista 46,15% concorda que são videojogos com uma jogabilidade mais simples e 16,31% discorda dessa afirmação sendo que 37,54% mantêm-se neutros, no que se interpreta, tal como no ponto anterior, que é algo não afetado pelo facto de ser ou não ser Indie, é um aspeto que depende de caso para caso. Seria esperado que a questão 2.3.4 tivesse os valores inversos da anterior pois a questão em si é inversa mas isso não acontece totalmente. 9,93%, considera que são mais complexos e 31,34% discorda. A maioria, 58,73% mantem-se neutra numa percentagem consideravelmente mais elevada que na resposta anterior o que pode denotar alguma confusão/dúvida sobre a formulação da questão ou sobre o tema em si.

2.4 Em termos narrativos os videojogos Indie são...

45,09% dos inquiridos mantêm-se neutros relativamente à afirmação *são maioritariamente narrativos* e 29,82% concorda enquanto 25,09% discordam. É perceptível uma dispersão significativa entre as várias respostas, o que mais uma vez pode significar que é algo difícil de definir devido à variedade de videojogos existente. As diferenças tornam-se mais expressivas em relação ao carácter intimista (2.4.2) em que 56.83% considera serem mais intimistas e apenas 9,50% tem a opinião contrária mantendo-se 33,67% neutros.

46,15% considera os videojogos Indie mais criativos (questão 2.4.3) mas 37,54% mantêm-se neutros. Por fim, em termos da aproximação a um modelo cinematográfico, a maioria dos inquiridos mostra-se neutro (58,73%), mas apenas 9,93% concorda contra 31,34% que discorda.

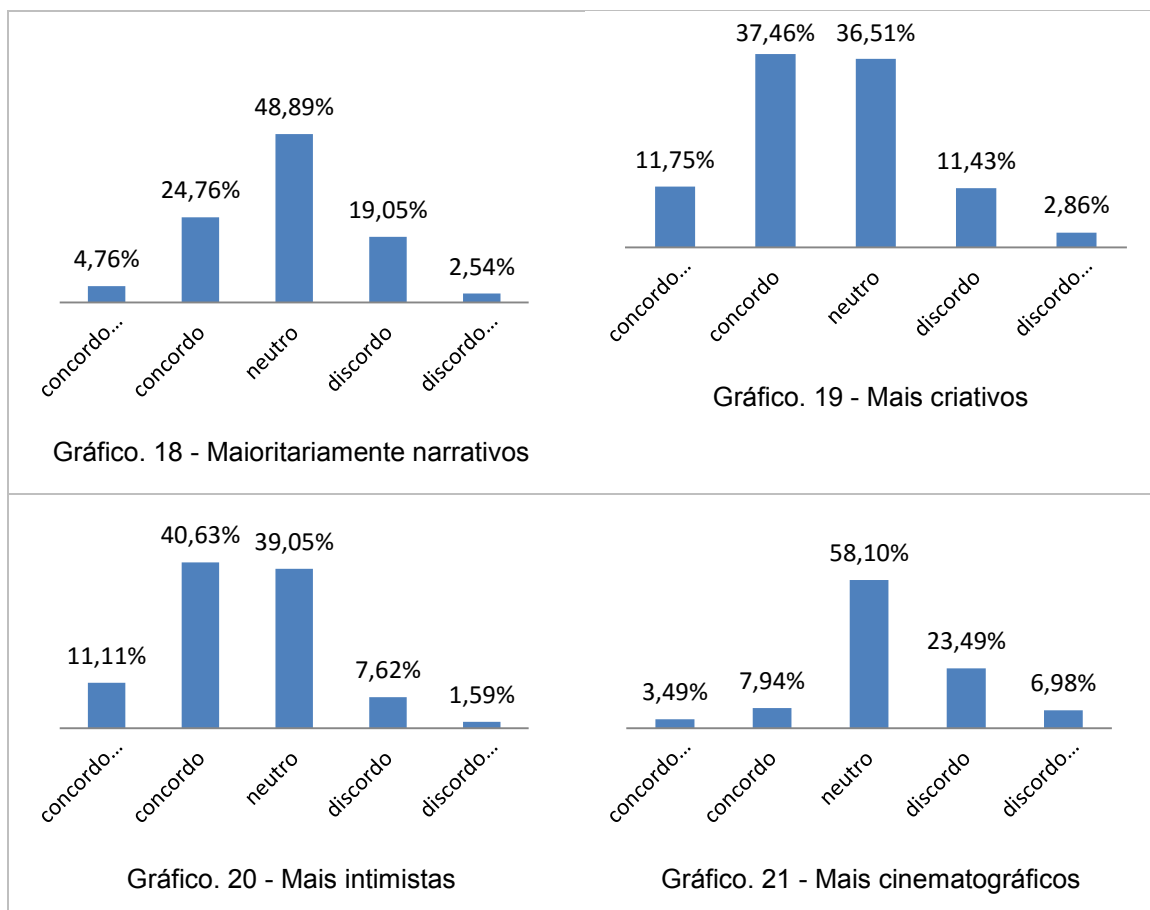


Tabela 7 - Classificação da narrativa nos videojogos Indie

5.3.4. Grupo 3 - Estética Indie

3.1 Em termos visuais os videojogos Indie são...

Numa avaliação do aspeto visual dos videojogos Indie colocou-se a questão se são mais criativos (3.1) no qual 47,09% mantém-se neutro mas 36,86% concorda e apenas 16,05% discorda. No que toca à sua simplicidade 74,63% concorda que são mais simples e apenas 3,62% discorda enquanto 21,76% mantém-se neutro. Esta é uma das respostas mais expressivas. Relativamente a serem tecnicamente melhores, mais de metade dos inquiridos (51,33%) é neutro na sua resposta e apenas 7,07% concorda. 41,60% discorda completamente notando-se a existência de uma perceção de que em termos de complexidade técnica visualmente os videojogos Indie não estão a par videojogos AAA. Por fim, questiona-se se são visualmente mais interessantes

(3.4.1) e mais de metade (56,73%) mantém-se neutro, enquanto 24,12% concorda e 19,14% discorda.

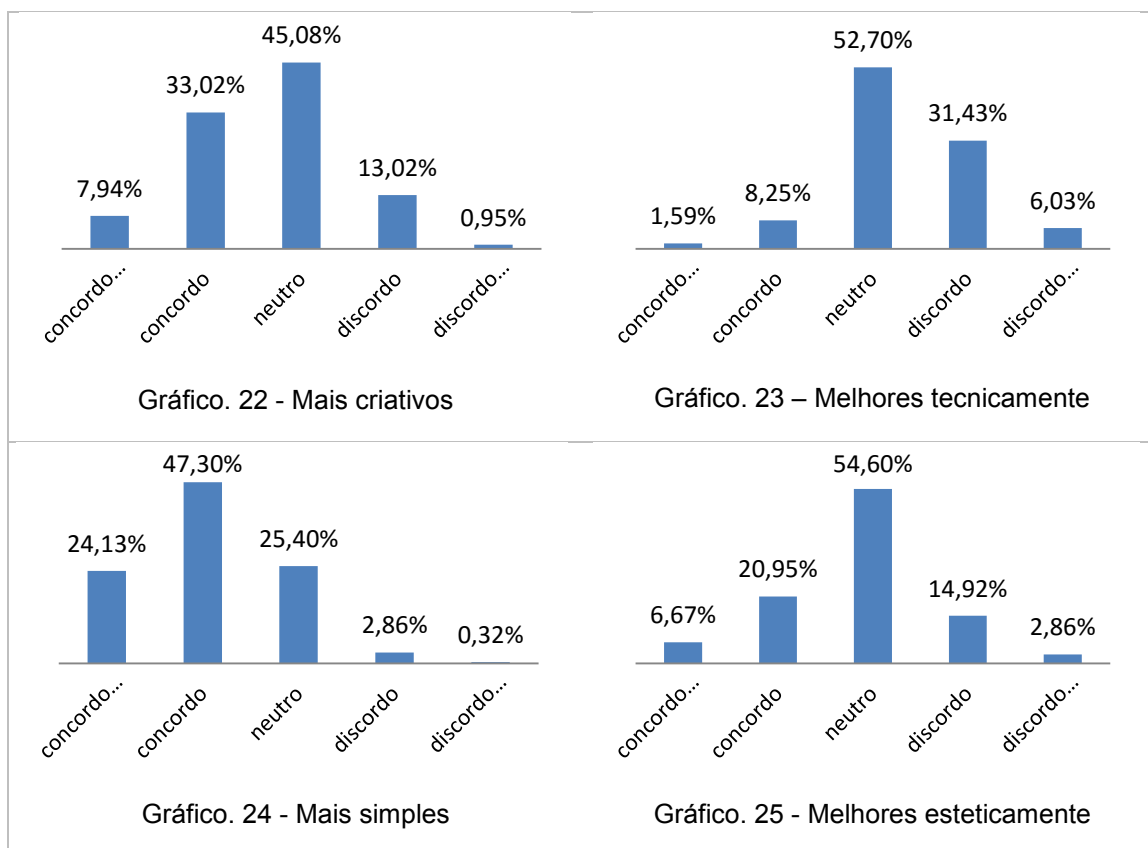


Tabela 8 - Classificação do estilo visual dos videojogos Indie

3.2 Os estilos gráficos mais recorrentes em videojogos Indie são...

Em termos de estilos gráficos, o estilo *Retro* é claramente considerado o mais recorrente pelos inquiridos, 69,61% escolhe-o seguido do *Cartoon* com 55,01%, e o *Desenho à Mão* com 44,68% e o *Abstrato* com 41,98%.

O estilo Realista tem 7,38% sendo claramente a opção menos escolhida. 52,71% considera ser maioritariamente 2D e 15,85% maioritariamente 3D, o que tem relação com as escolhas anteriores, visto que os grafismos que procuram uma maior aproximação ao realismo são normalmente criados com recurso a ambientes e modelos tridimensionais, o que se associa à grande parte das produções dos grandes estúdios.

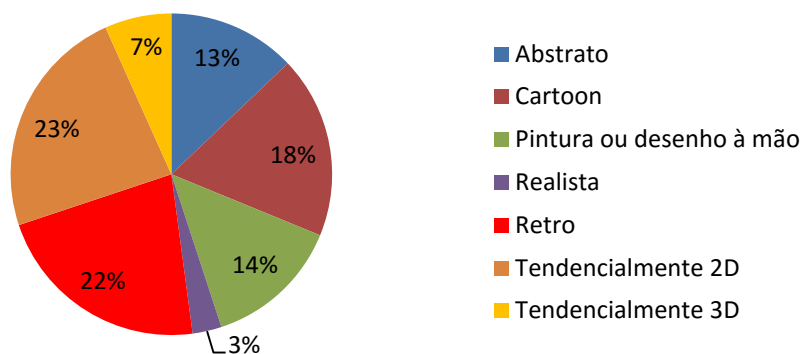


Gráfico. 26 - Estilos gráficos mais recorrentes nos videojogos Indie

Conclusões dos Grupos 2 e 3

Os videojogos feitos no modelo de produção independente não se restringem a um género mas são transversais aos vários géneros existentes. Ainda assim é de notar que os videojogos 2D de *Plataformas* e de *Aventura* apresentam-se como alguns dos exemplos mais notáveis e populares de videojogos Indie. Existe a perceção de que os videojogos de *Ação* são menos abordados neste segmento. Na restante indústria a *Ação* é género que prevalece claramente no campo das consolas domésticas mas não nos *PCs*, nem nos dispositivos móveis (ESA, 2014). Existe também uma tendência para não procurar o realismo gráfico e, simultaneamente, optar por uma jogabilidade mais simples a partir de um conceito original ou de uma mecânica que conduz todo o conceito de jogo. Estes dados são concordantes com uma postura de não concorrência direta entre duas escalas e modelos de produção que se reflete ao nível da jogabilidade, da narrativa e do estilo gráfico. O resultado é a criação de videojogos que apesar de não serem necessariamente mais apelativos são considerados mais simples mas também mais intimistas e criativos.

As preferências entre estilos gráficos estão bastante divididas entre os inquiridos. No campo Indie existem uma série de traços comuns recorrentemente seguidos como o *Retro*, o *Cartoon*, o *Desenho à Mão* e o *Abstrato* assim como uma prevalência do 2D. Por outro lado, os gráficos cada vez mais realistas criados em 3D, resultantes de produções dos grandes estúdios, são do ponto de vista técnico mais impressionantes e igualmente apreciados pelos jogadores.

5.3.5 Grupo 4 - Análises individuais

No *Grupo 4* do questionário pretendia-se a identificação e apreciação de um conjunto determinado de videojogos, alguns amplamente considerados como Indie e outros produzidos por algumas das grandes empresas da indústria. Cada videojogo do conjunto final foi escolhido a partir de particularidades que consideramos mais relevantes para esta investigação.

4.1. *Minecraft*



Fig. 67 – Minecraft (Mojang, 2009)

Captura de ecrã

■ não ■ sim ■ talvez

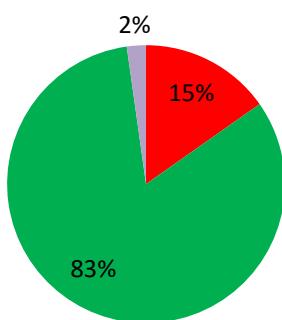


Gráfico. 27 - Reconhece?

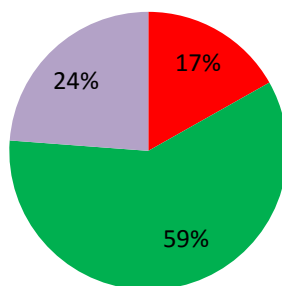


Gráfico. 28 - É indie?

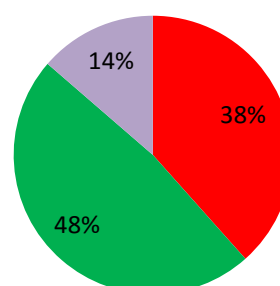


Gráfico. 29 - Gosta do seu estilo gráfico?

Este videojogo, criado pelo programador sueco Markus Persson, foi lançado publicamente para PC, ainda em versão *alfa*, a 17 de Maio de 2009. Recebeu diversos prémios de destaque desde o *Grand Prize* ao *Audience Award* no *Independent Games Festival* (IGF, 2011). No mesmo ano na *Game Developers Choice Awards* venceu todos os prémios para os quais estava nomeado, e que

englobavam a melhor estreia, o melhor jogo para *download* e maior inovação. Foi ainda um dos 80 videojogos em exibição em 2012 na exposição *The Art of Video Games* do Smithsonian American Art Museum.

Despertou enorme interesse na comunidade de jogadores contando no início de 2014 com mais de 100 milhões de jogadores registados, facto partilhado por Persson com a comunidade a partir da sua conta de *Twitter* a 25 de Fevereiro de 2014 e sendo o videojogo de computador mais vendido de sempre. Foi produzido de forma manifestamente independente mas tornou-se um fenómeno de massas que permitiu até a criação de um evento próprio, o *MineCon*.

Minecraft consiste num mundo aberto constituído por cubos onde se pode escavar e construir estruturas e sobreviver no mundo, sendo que a sua principal particularidade consiste na exploração e construção, através de um sistema de combinação de materiais.

Pelo inquérito percebe-se que 82,54% dos inquiridos reconhece o jogo provando a sua popularidade. 59,37% reconhece-o igualmente como sendo Indie, sendo notória uma perceção geral deste videojogo dessa forma, ficando a questão se será por conhecimento público do seu modo de produção ou pelas suas opções gráficas que o tornam distinto. Quando questionado sobre o seu estilo gráfico as opiniões são bastante equilibradas tendo vantagem o aspeto positivo por uma margem de 9,56%. O seu grafismo poligonal com influência *Retro* não é consensual mas é notoriamente reconhecível, tal como visto na primeira questão.

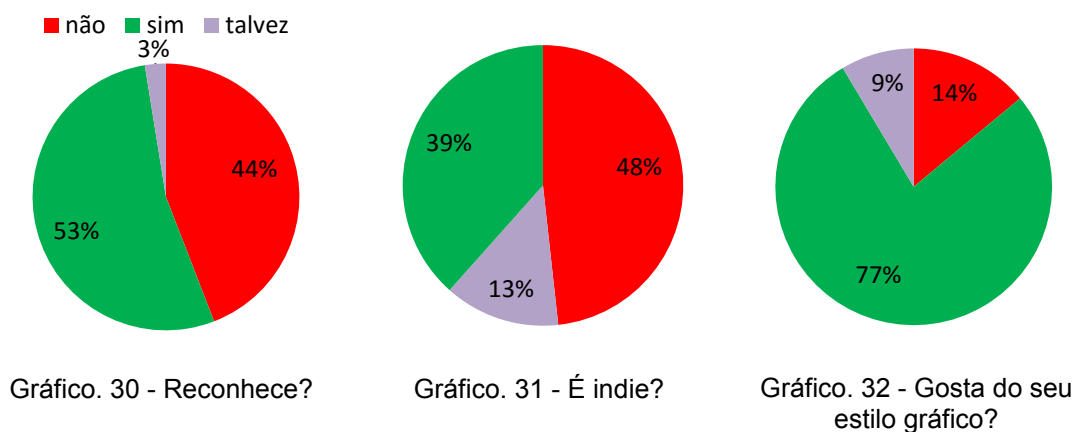
Este é o exemplo mais evidente do potencial de um videojogo Indie alcançar um sucesso global que supera até muitos videojogos da restante indústria. O seu sucesso tende a transformá-lo num produto de massas com presença em múltiplas plataformas e venda de *merchandise* que o afasta definitivamente de um produto para um público nicho. Em Setembro de 2014 Persson vendeu a sua empresa Mojang incluindo o seu único videojogo, *Minecraft* à Microsoft pela quantia de 2.5 mil milhões de dólares e retirou-se da empresa decidido a voltar a fazer videojogos com uma estrutura de produção mais reduzida (Owen, 2014).

4.2. Rayman Legends



Fig. 68 -Rayman Legends (Ubisoft, 2013)

Captura de ecrã



É a sequência direta do título *Rayman Origins* (Ubisoft, 2011) que por sua vez é uma nova abordagem de uma série originalmente lançada pela mesma produtora já em 2005 e que conta com diversos títulos. Apesar desta nova série continuar a ser desenvolvida pela Ubisoft, uma das maiores produtoras da indústria, o seu modelo de produção encontra pontos de contacto com o dos criadores Indie. No seu *blog*, as equipas da *UBI Art* definem-se como um coletivo de artistas e programadores que têm o desejo de criar videojogos numa escala de nível mais humano e caracterizada pela partilha de ideias de forma a tornar o processo criativo mais agradável (Ubi Art, 2013). A ideia por trás das equipas de desenvolvimento da *UBI Art* consiste na realização de videojogos num modelo de produção que se aproxime ao Indie. A partir de equipas de menores dimensões, onde se procura a minimização das tarefas mais repetitivas em favor da criatividade. Foi para isso desenvolvido o *UBI Art*

framework, um motor de jogo que permite a criação de animações e níveis de forma mais rápida e dinâmica.

A tecnologia e meios da Ubisoft possibilitaram a criação de um ambiente de experimentação artística através de uma prototipagem mais rápida e da implementação simples de grafismos retirados das próprias artes conceptuais. *Child of Light* (Ubisoft, 2014) e *Valiant Hearts: The Great War* (Ubisoft, 2014) foram outros 2 títulos lançados a partir do mesmo motor de jogo e de diferentes equipas da *UBI Art*. Estes videojogos são produzidos no seio da Ubisoft paralelamente às suas grandes produções como as séries *Assassins Creed* e *Farcry*. Mas, apesar de *Rayman Legends* ter obtido uma receção crítica excelente, as suas vendas ficaram aquém das projeções (Sinclair, B. 2013).

53,33% dos inquiridos reconhece-o e 48,25% identificam-no como não sendo Indie, mas 38,41% mostram dúvidas.

Em termos de aspeto gráfico uma maioria expressiva de 77,46% diz apreciar o resultado o que mostra que a aposta na valorização do trabalho criativo e no modelo próximo do Indie da *UBI Art* produziu resultados visualmente apelativos.

4.3 The Legend of Zelda



Fig. 69 - The Legend of Zelda (Nintendo, 1986)

Captura de ecrã

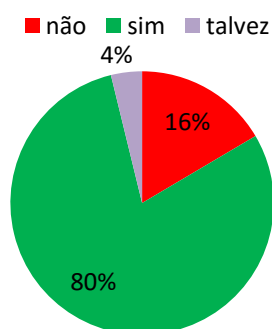


Gráfico. 33 - Reconhece?

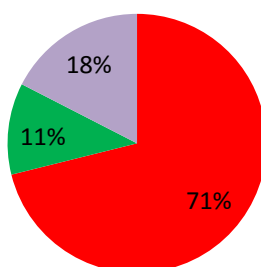


Gráfico. 34 - É indie?

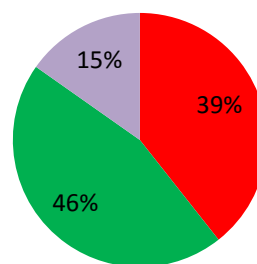


Gráfico. 35 - Gosta do seu estilo gráfico?

Este é um dos títulos clássicos da Nintendo que gerou inúmeras sequelas e é inspiração e referência para inúmeros videojogos desde então. A sua inserção neste inquérito teve por objetivo perceber se o título original é facilmente reconhecido ou se pode ser confundido com os atuais títulos Indie que seguem o estilo *Retro*, ou seja, que utilizam estilos gráficos típicos das consolas de 8 e 16 bits, neste caso, coincidentes com a produção de *The Legend of Zelda*.

79,68% dos inquiridos reconheceu o jogo e 71,11% identifica-o como não sendo Indie. Dado que a maioria dos inquiridos mostrou reconhecer o videojogo em questão conclui-se ser natural saber que é produzido por uma grande empresa como a Nintendo.

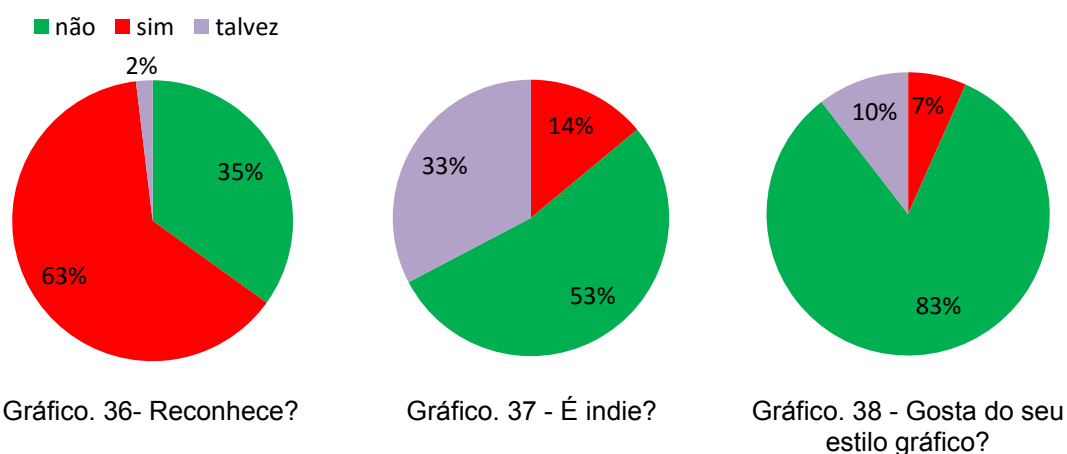
45,40% gosta da sua estética mas 39,37% não. Neste caso o estilo gráfico adotado foi condicionado pelo poder de processamento da consola para o qual foi desenvolvido (*Nintendo Entertainment System*). Atualmente diversos videojogos Indie optam por estilos semelhantes em algo que se tornou uma escolha estética, visto que o processamento gráfico atual supera largamente essas capacidades. É algo que apela à nostalgia e que, por outro lado, pode ser uma escolha bastante estratégica para pequenas equipas em termos de produção e poupança de tempo e recursos humanos na criação dos gráficos e animações.

4.4 Journey



Fig. 70 – Journey (That Game Company, 2012)

Captura de ecrã



Este título foi lançado em exclusivo para a *Playstation 3* na sua plataforma de distribuição digital *Playstation Network*. É um videojogo não violento que trata da viagem de um personagem misterioso pelo deserto em direção a uma

montanha distante. Pelo caminho o jogador cruza-se com outros jogadores *online* que poderão comunicar não verbalmente e agir de forma colaborativa sendo esta decisão totalmente opcional. *Journey* teve um bom desempenho comercial sendo um dos títulos que mais se destacou na plataforma digital da Sony. Recebeu igualmente inúmeros prémios principalmente nos campos de videojogo do ano, direção artística, inovação, narrativa e foi o primeiro videojogo a ter a banda sonora nomeada para um *Grammy*.

Este é um dos casos que demonstra claramente a confusão e indefinição do termo Indie visto que é um videojogo frequentemente associado a ele e ganhou até prémios nesse segmento mas, no que toca ao seu modelo de produção, dificilmente poderia ser considerado dessa forma. Apesar da equipa de desenvolvimento ser constituída por 19 pessoas, um número relativamente baixo na indústria, mas elevado comparativamente a outros estúdios independentes, a principal questão incide no facto da empresa ter estado sob um contracto de exclusividade de desenvolvimento de três jogos para a Sony. Esse contracto permitiu uma estabilidade financeira e acesso a meios que não são comparáveis aos de outros pequenos estúdios independentes (EDGE, 2013). Por outro lado, deve realçar-se ainda a participação de Kellee Santiago e Robin Hunicke como presidente e produtora executiva, respetivamente, e as suas contribuições paralelas em eventos e palestras associadas aos videojogos Indie desde o *Indie Fund* ao *IndieCade* e *Indedendent Games Festival*.

Durante o contracto com a Sony a *That Game Company* produziu os videojogos, *Flow* (2006), *Flower* (2009) e *Journey* (2012) e é facilmente identificável uma coerência entre eles. Baseiam-se em mecânicas inovadoras e não violentas, com um ambiente de tranquilidade inerente à sua jogabilidade, aspeto gráfico e som, em conjugação com narrativas simples, quase abstratas. Esta linha de coerência presente nos três videojogos dirigidos pelo seu Diretor Criativo Jenova Chen não faz com que se torne um criador independente, pelo menos não nos moldes em que estas produções foram desenvolvidas, mas sim um exemplo de expressão autoral.

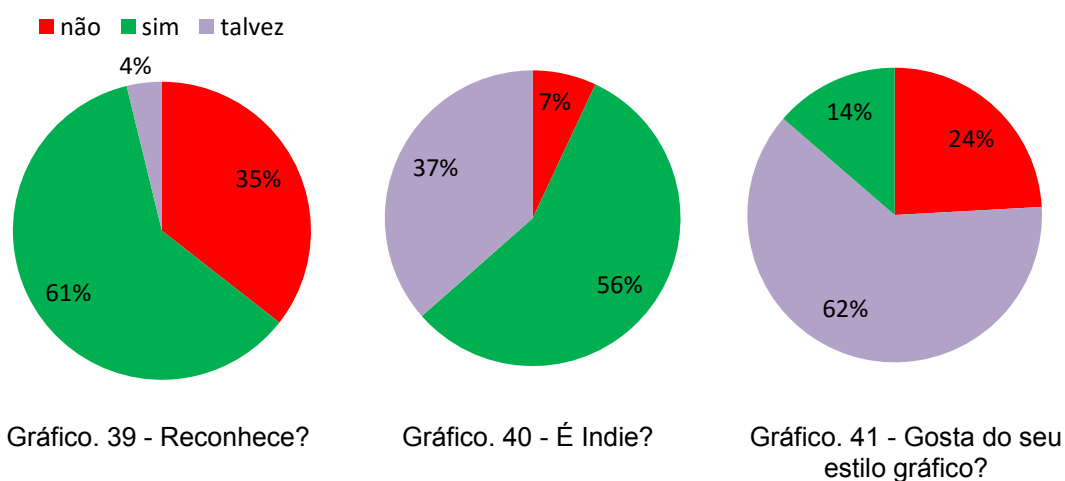
63,17% dos inquiridos reconheceu *Journey* e 34,92% não. 53,33% considera-o Indie mas uma percentagem considerável de 32,70% tem dúvidas e 13,97% afirmam não ser. Apesar de alguma dispersão a maioria considera o videojogo como Indie, apesar do seu modelo de desenvolvimento não ser coerente com o que a maioria dos inquiridos considera ser um videojogo desse tipo. Está demonstrado um desconhecimento do processo do desenvolvimento de *Journey* ou novamente alguma confusão relativamente a Indie com base num pressuposto de conteúdo com um jogo inovador ou artístico. Neste sentido e apenas em termos de aspeto gráfico 82,86% gostam da estética seguida e apenas 6,67% que não gosta, sendo claro que, neste caso, a direção artística escolhida é consensualmente apreciada e valorizada.

4.5 Braid



Fig. 71 – Braid (Number None, 2008)

Captura de ecrã



Este é um dos títulos mais representativos do conceito videojogo Indie e um dos que mais despertou a atenção sobre este tema. Produzido individualmente

e com fundos próprios, o criador e programador Jonathan Blow subcontractou o artista David Hellman para desenvolver o aspeto gráfico final deste videojogo que se assemelha a uma pintura a óleo. Adquiriu também os direitos de músicas pré-existentes, de músicos independentes, através da plataforma *Magnatune* como forma de redução de custos mas também pela decisão de querer música interessante e diferente da usada nos outros videojogos contemporâneos. David Hellman realça que essa escolha musical foi uma ajuda na definição do estilo visual (Cit. In Tong, 2008). *Braid* utiliza um conceito de manipulação do tempo narrativo que já estava presente noutros videojogos como *Prince of Persia: Sands of Time* (Ubisoft, 2003) onde é possível voltar atrás no tempo e corrigir as ações do jogador. Em *Braid* essa e outras mecânicas de manipulação do tempo narrativo não são apenas uma pequena parte do jogo mas a base de toda a sua jogabilidade. A partir daí é possível retroceder todo o tempo dos níveis mesmo que o personagem *morra*, sendo por vezes até necessário fazê-lo, num dos exemplos da criatividade inerente à sua jogabilidade. Existe ainda uma reviravolta narrativa final que não parte de uma cena cinemática mas da própria jogabilidade em que, a partir da reversão do tempo percebe-se que o protagonista não tentava salvar a *princesa em apuros* mas era ele próprio o inimigo. À parte do final, a história é contada maioritariamente a partir de trechos de diários em que o personagem parece arrepender-se por um erro feito, com a ligação ao conceito da reversão no tempo para corrigir as suas falhas. A narrativa é contudo aberta a diversas interpretações desde uma simples história de amor e arrependimento à criação da bomba atómica (Dahlen, 2008).

Braid é reconhecido por 60,63% dos inquiridos e 56,51% considera-o Indie em duas percentagens com valores bastante próximos. Apesar disso 36,61% responderam *talvez*, relativamente a ser ou não ser Indie o que é um valor alto para um dos videojogos mais representativo deste movimento, tanto para quem o interprete como forma de produção como em inovação e criatividade.

62,22% dos inquiridos aprecia o seu estilo gráfico em que apesar dos elementos não serem desenhados pelo autor mas por um artista subcontratado, mostram a escolha de um estilo fora do comum que torna-o

facilmente identificável apenas numa imagem, o que é uma escolha positiva visto que a sua jogabilidade não pode ser compreendida apenas dessa forma.

4.6 Nidhogg

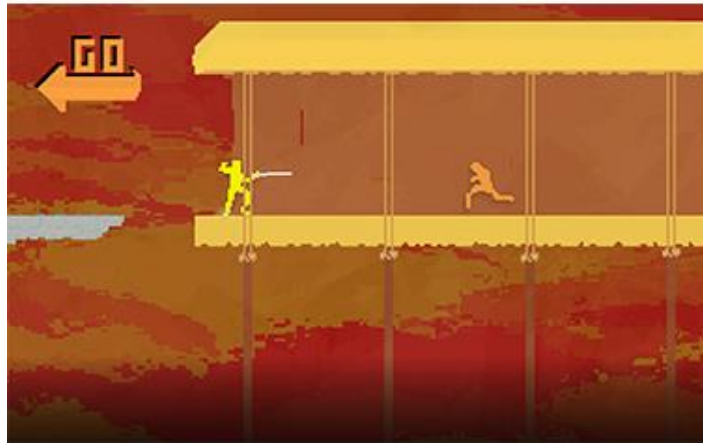
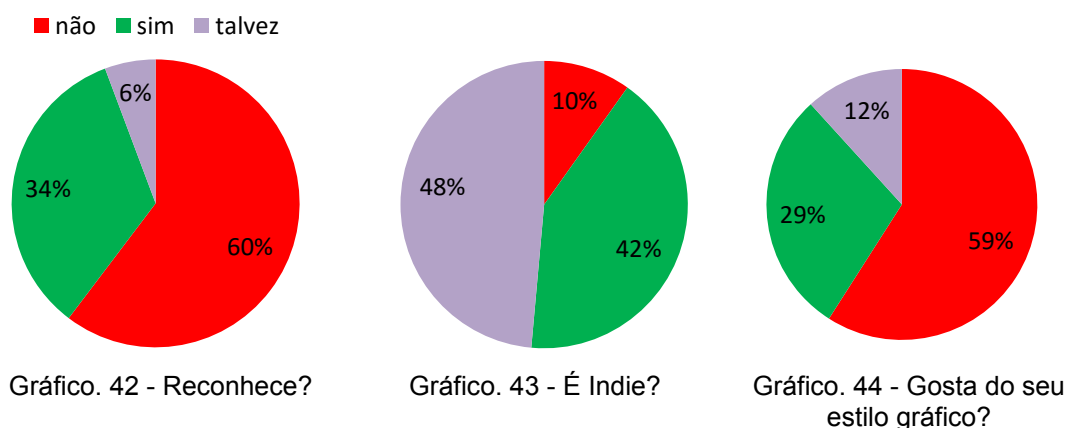


Fig. 72 – Nidhogg (Messhof, 2014)

Captura de ecrã



É um videojogo competitivo com base em duelos de esgrima que se estendem por cenários bidimensionais e que apesar da sua aparente simplicidade recebeu um destaque considerável da crítica vencendo o prémio de melhor design no *Indiecade* (2013) e de inovação no *IGF*. O seu carácter inovador reside na forma como os combates de um jogador contra outro se desenrolam e a sua interação e progressão em ambientes típicos de jogos de ação 2D. Os seus gráficos têm uma grande influência *Retro* sendo quase indistinguíveis, dos videojogos produzidos para as consolas como nos anos 80.

Apesar de diversos prémios conquistados apenas 33,97% dos inquiridos reconhece-o comparativamente com 60,32% que não o identifica sendo um dos menos reconhecidos do conjunto escolhido. 41, 59% dos inquiridos afirma que é um videojogo Indie, um número próximo dos maioritários 48,57% que respondem *talvez*. Existe uma prevalência de 59,05% de inquiridos dos que não apreciam o seu estilo gráfico num caso em que, claramente, a opção estética não sobressai positivamente entre o grupo de inquiridos. O desconhecimento deste jogo mostra igualmente que a escolha do seu estilo gráfico não o torna suficientemente reconhecível, talvez por não acrescentar muito aos videojogos dos inícios dos anos 80 ou outros videojogos Indie que seguem atualmente o mesmo estilo.

4.7 Cut the Rope



Fig. 73 - Cut the Rope (Zeptolab, 2010)

Captura de ecrã

■ não ■ sim ■ talvez

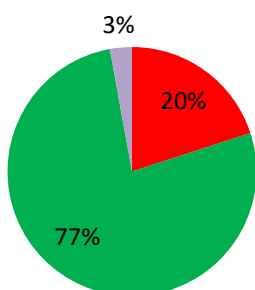


Gráfico. 45 - Reconhece?

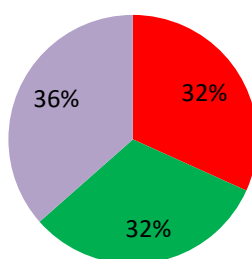


Gráfico. 46 - É Indie?

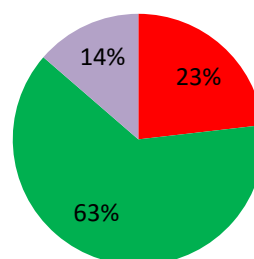


Gráfico. 47 - Gosta do seu estilo gráfico?

Este videojogo baseado em puzzles com simulações físicas surgiu para *iOS* e posteriormente para diversos dispositivos móveis. É um dos casos de maior popularidade e reconhecimento crítico para dispositivos móveis evoluindo para uma sequência direta e títulos paralelos.

Foi desenvolvido na Rússia pelo estúdio *Zeptolab* composto na altura por 2 irmãos e um freelancer, o jogo já passou os 400 milhões de *downloads* desde o seu lançamento e a empresa expandiu-se para mais de 60 funcionários. Transformou-se numa marca global com bandas desenhadas e séries animadas *online*. Tem a pontuação de 93/100 no *site* agregador de críticas *Metacritic* baseada em 14 críticas sendo um jogo com um grande cuidado a nível gráfico desde menus, cenário, personagens e animações. A sua jogabilidade é simples mas original, baseando-se num modelo físico para construir puzzles nos quais se corta cordas para conduzir doces em direção à boca do protagonista *om' Nom*.

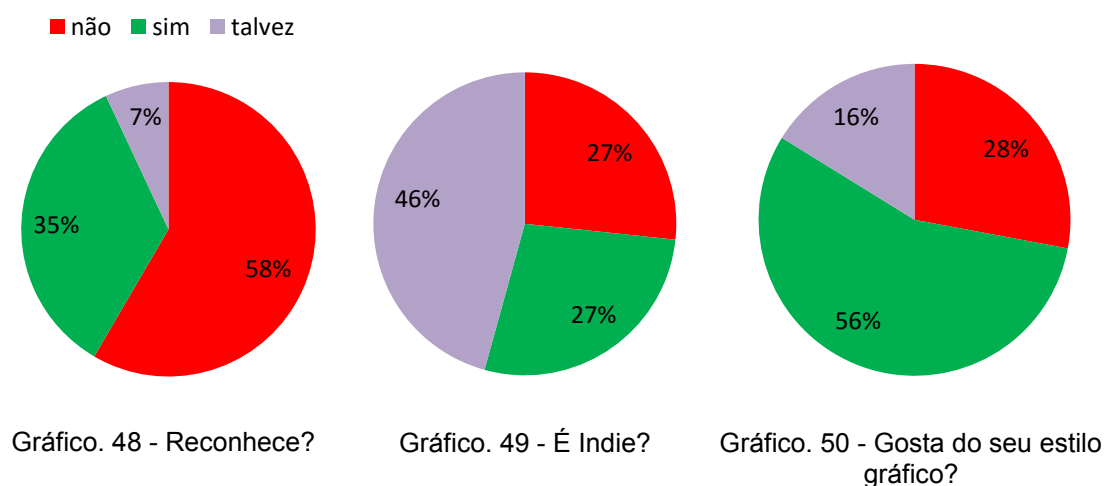
77,14% dos inquiridos reconhece *Cut the Rope* mas é um dos videojogos presentes no inquérito onde existem mais dúvidas por parte dos inquiridos relativamente a ser ou não Indie. 31,75% afirma que é, coincidentemente é o mesmo número que afirma que não é e 36,51% escolheram a opção *talvez*. Estes resultados poderão verificar-se devido a um certo anonimato dos autores paralelamente ao facto do sucesso e qualidade deste videojogo ser equiparável a algo desenvolvido por uma grande empresa, como neste momento já o é. Apesar do seu desenvolvimento inicial encaixar sem dúvida nos moldes de Indie, a evolução do estúdio *Zeptolab* faz com que o modo de produção atual já não o seja. Será que um videojogo Indie pode deixar de o ser? Tal como já referido nesta investigação, considera-se que Indie é um modo de produção e, se no momento que foi produzido as condições de produção coincidiam com esse modelo, então o videojogo será Indie. *Cut the Rope* tem origem independente mas as suas sequelas, apesar de semelhantes em termos de conteúdo, já não são produzidas nesse modelo.

4.8 Legend of Grimrock



Fig. 74 - Legend of Grimrock (Almost Human Ltd, 2012)

Captura de ecrã



Este videojogo mostra influências de clássicos como *Dungeon Master* (FTL Games, 1987) e foi desenvolvido por uma equipa finlandesa composta por apenas 4 pessoas desenvolvendo o jogo a partir de capitais próprios. Ao contrário da maioria dos outros videojogos apresentados neste inquérito, este é apresenta um estilo gráfico 3D *Realista*. Teve boa receção crítica e em Janeiro de 2013 a equipa anunciou que as vendas do jogo tinham ultrapassado as 600 000 unidades.

58,41% dos inquiridos não o reconhece, mostrando ser um videojogo pouco popular ou mais dificilmente reconhecível. Talvez a utilização de um estilo gráfico *Realista* possa tornar mais difícil a sua distinção entre todos os outros

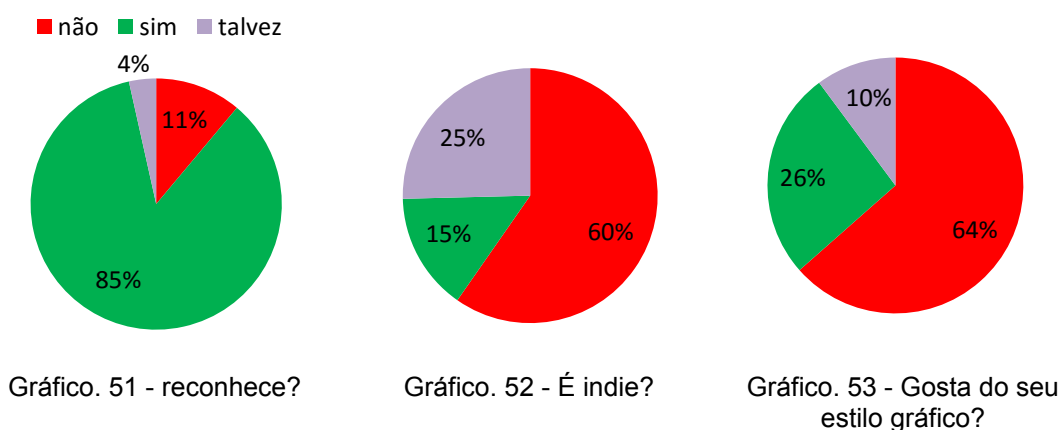
videojogos que o fazem num enquadramento temático semelhante. Existe equilíbrio entre os que acham que é Indie e os que acham que não é, 26,67% e 27,62% respetivamente. Apesar disso a maioria das respostas (44,71%) enquadra-se na opção *talvez* o que mostra a dificuldade geral na classificação de *Legend of Grimrock*. 55,87% gosta do seu estilo gráfico, podendo concluir-se que a utilização de gráficos 3D realistas é do agrado de mais de metade dos inquiridos num valor próximo ao registado na análise que se segue de *Battlefield 4* (4.10), com o mesmo tipo de posicionamento gráfico.

4.9 Candy Crush Saga



Fig. 75 - Candy Crush Saga (King, 2012)

Captura de ecrã



É um dos maiores fenómenos no campo dos videojogos sociais tendo sido lançado inicialmente para *Facebook* e, posteriormente em *iOS* e *Android* sendo as suas pontuações e progressos intercaláveis entre as várias plataformas.

Apesar de ser aparentemente simples é desenvolvido pela *King*, uma empresa com mais de 600 trabalhadores. A empresa envolveu-se em controvérsia por tentar registar as palavras *Candy* e *Saga* procurando evitar a cópia dos seus títulos por outras empresas mas sendo amplamente criticada pois os seus videojogos de maior sucesso são variações de outros já existentes como *Bejewled* (PopCap Games, 2001) e *Puzzle Bobble* (Taito Corporation, 1994).

Não é de surpreender que 85,40% dos inquiridos o reconheça e 59,68% não o considere Indie. 63,49% não aprecia a sua estética, simples e colorida mas bastante genérica sendo um videojogo que atrai sobretudo pela sua jogabilidade.

4.10 *Battlefield 4*

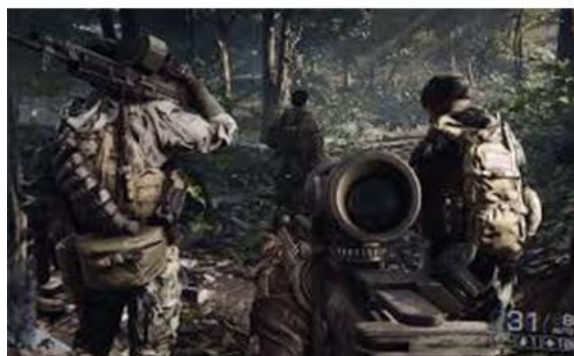


Fig. 76 - *Battlefield 4* (EA, 2013)

Captura de ecrã

■ não ■ sim ■ talvez

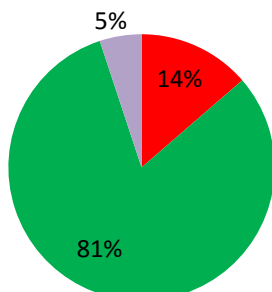


Gráfico. 54 - Reconhece?

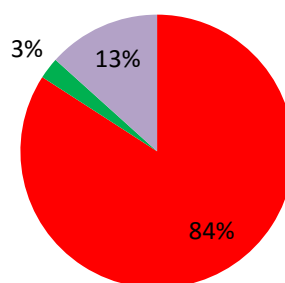


Gráfico. 55 - É indie?

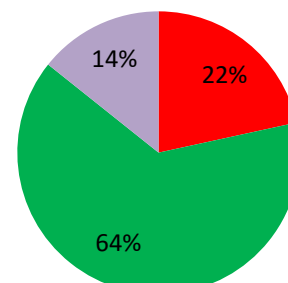


Gráfico. 56 - gosta do seu estilo gráfico?

Finalizamos esta secção com um videojogo tipicamente classificado como AAA, uma grande produção de uma das maiores empresas da indústria. 81,27% dos inquiridos afirma reconhecê-lo, o que é um resultado que consideramos inesperado visto as diferenças visuais entre *Battlefield*, *Call of Duty* e outros *First Person Shooters* de temática militar serem ténues.



Fig. 77 - Brothers in Arms Hell's Highway (Ubisoft, 2008)



Fig. 78 - Call of Duty Black Ops 2 (Activision, 2012)



Fig. 79 - Crysis 3 (EA, 2013)



Fig. 80 - Medal of honor Airborne (EA, 2007)

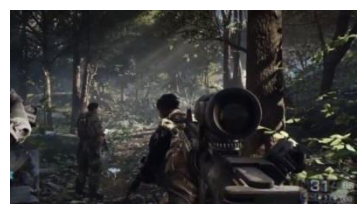


Fig. 81 - Battlefield 4 (EA, 2013)



Fig. 82 - Far Cry 3 (Ubisoft, 2012)

Tabela 9 - Comparação de capturas de ecrã de FPSs de temática militar

Para confirmar este valor realizamos posteriormente um breve questionário auxiliar em que se pediu a um novo grupo de inquiridos para fazer corresponder várias imagens aos seus títulos. Esse Inquérito foi distribuído no grupo *Facebook Comunidade Gamer Portuguesa* com 6414 membros ativos à data da sua publicação e por contactos de email num alcance estimado de 7500 pessoas. Obtivemos uma taxa de resposta de 2,79%. No primeiro ponto questionou-se a frequência com que os inquiridos jogam *FPSs* e 31,10% afirmou jogá-los *ocasionalmente*, 26,79% *frequentemente*, 21,05% *raramente* e 18,66% *nunca*. Estes resultados decretam uma amostragem bastante diversificada sendo que a variância máxima de resposta é de 10,05%.

Das imagens dos 6 *FPSs* utilizados o videojogo *Far Cry* foi o que registrou mais respostas corretas de reconhecimento (66,99%) enquanto *Brothers in Arms* foi o que registrou a percentagem mais baixa (16,75%). Apenas 2 videojogos, *Call of Duty* e *Far Cry* tiveram mais de metade das respostas corretas sendo que em

terceiro lugar, ficou *Crysis*, com 50%. A percentagem de respostas *não sei* ou em branco foi bastante constante tendo uma variação máxima de 9,1%. Relativamente a respostas erradas essa variação sobe para 33,02%.

Podemos portanto observar que existe confusão na correta distinção entre vários *FPSs*. Esta confusão surgirá possivelmente devido às suas semelhanças temáticas assim como em termos de ponto de vista da ação e da utilização de gráficos 3D realistas. Relativamente ao caso específico de *Battlefield 4*, e no segundo inquérito realizado, percebe-se que apenas 36,36% dos inquiridos o identificaram corretamente, o que confirma a desconfiança relativamente ao valor obtido de 81,27% de reconhecimento neste ponto 4.10. que pode dever-se a uma generalização dos *FPSs*.

Apesar disso 84,13% considera *Battlefield 4* como não sendo Indie mostrando uma clara associação deste género e estilo gráfico às produções dos grandes estúdios. O seu aspeto visual é apreciado por uma maioria de 64,13% dos inquiridos o que mostra que apesar de não ser visualmente distinto dos outros videojogos na sua categoria é ainda assim valorizado pelas suas capacidades técnicas de fidelidade visual.

Conclusões do Grupo 4

Comparando os resultados obtidos pelos diferentes videojogos em análise conclui-se que apenas *Nidhogg* e *The Legend of Grimrock* têm uma percentagem de reconhecimento menor que 50%. Ambos são videojogos produzidos de forma independente mas completamente dispares entre si. *Braid* e *Journey*, frequentemente referidos como dois dos exemplos mais representativos de videojogos Indie mostram uma percentagem de reconhecimento de 61% e 63%, abaixo dos 83% e 85% de jogos comercialmente mais populares como *Candy Crush Saga* e *Minecraft*.

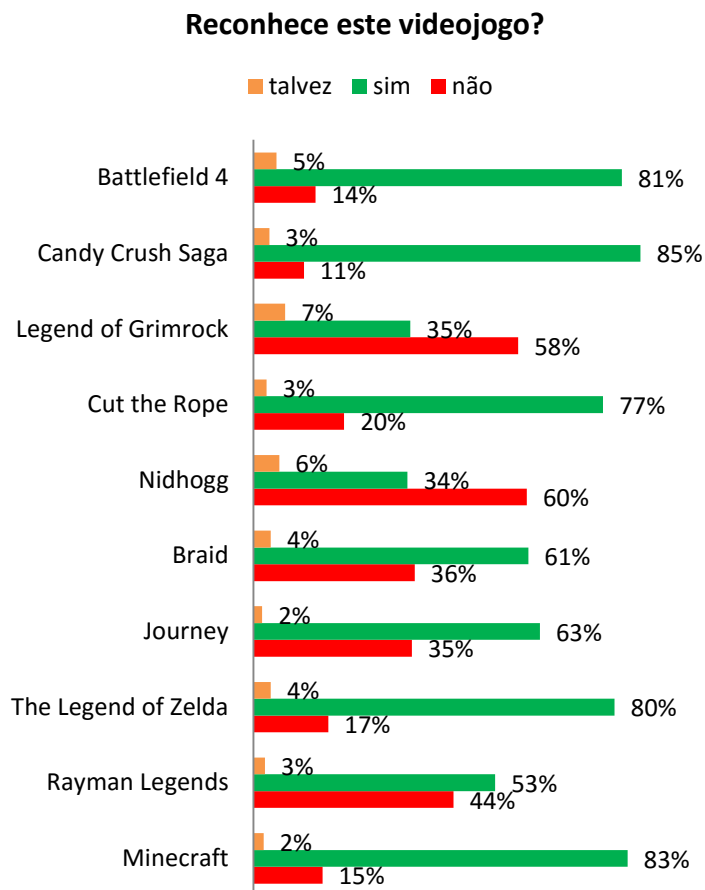


Gráfico. 57 - Videogames mais reconhecidos no conjunto de imagens apresentadas

Relativamente à classificação de cada videogame como Indie, *Battlefield 4* teve, de forma destacada, a escolha *não é Indie*, seguido por *The Legend of Zelda* e por *Candy Crush Saga*. Considerando que esses 3 videogames apresentaram uma taxa de reconhecimento de mais de 80% pode-se considerar que exista a noção de quem os produziu e de que forma terá sido desenvolvido cada um deles. Apesar disso, apenas *Minecraft*, *Journey* e *Braid* têm uma escolha como sendo Indies maior que 50% e nenhum deles chega a 60%. Isto parece indicar que, de certa forma, é mais fácil definir e identificar empiricamente o que não é Indie do que o que é. Como já foi referido, segundo os termos propostos nesta investigação e contrariando os resultados do inquérito, *Journey* não deverá ser considerado Indie. Os casos de *Legend of Grimrock* e *Nidhogg* tiveram como escolha mais recorrente *talvez*, o que reflete por um lado um maior desconhecimento sobre esses videogames e também a dúvida/incapacidade de os identificar de uma forma puramente visual apenas a partir de capturas do

ecrã representativas das suas jogabilidades. Em *Legend of Grimrock* a escolha de ser ou não Indie é também extremamente equilibrada sendo que visualmente este videojogo apresenta uma qualidade e estilo gráfico que não tornam a sua forma de produção evidente.

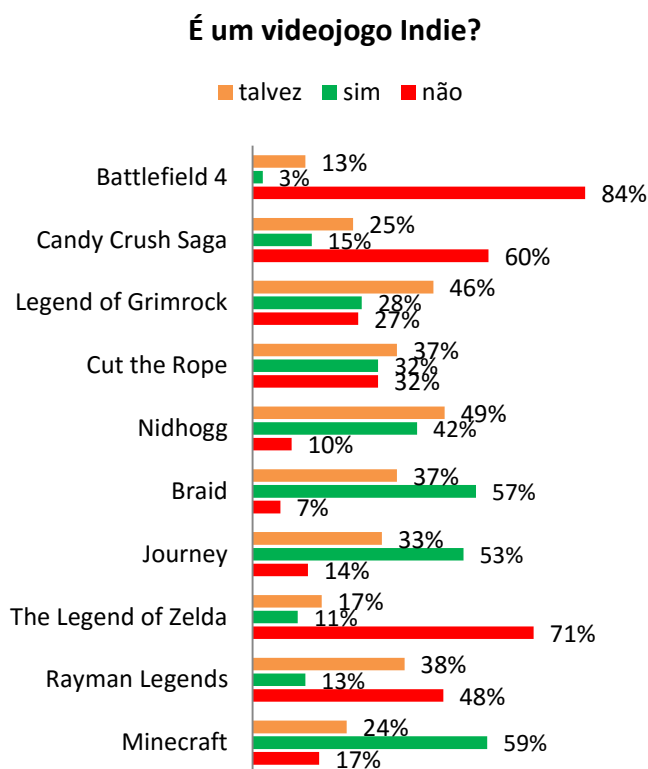


Gráfico. 58 - Videojogos considerados Indie no conjunto de imagens apresentadas

Por último, relativamente à apreciação de diferentes estilos gráficos a preferência recai em *Journey* com algum destaque (83%) seguido de *Rayman Legends* (77%), e, de forma próxima *Battlefield 4* (64%) *Cut the Rope* (63%) e *Braid* (62%). Os que mostraram menos aceitação foram, destacadamente, *Candy Crush Saga* e *Nidhogg*.

Com base nestes resultados verifica-se uma coerência com as respostas do grupo anterior nas quais é perceptível a ideia de que apesar dos videojogos Indie serem tendencialmente mais criativos no aspeto gráfico isso não leva a que sejam os mais apreciados por essa escolha. A preferência de estilos gráficos em videojogos parece, então, não estar direta e necessariamente correlacionada com um pressuposto de demonstração tecnológica ou de

criatividade, mas sim de deleite e coerência visual, seja em que estilo ou forma que se apresente.

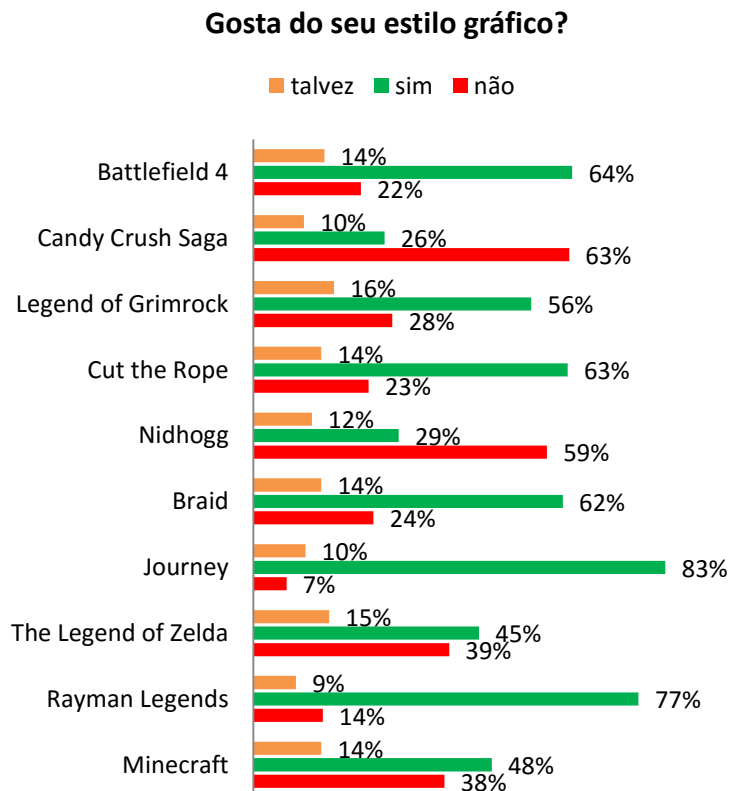


Gráfico. 59 - Estilos gráficos preferidos no conjunto de imagens apresentadas

5.3.6 Grupo 5 - Estudo Comparativo

Nesta análise escolhemos e agrupamos um conjunto de 6 videojogos 2D de plataformas e 6 videojogos 3D em primeira pessoa. O objetivo passou por fazer uma análise comparativa dos vários exemplos de forma a perceber os estilos gráficos mais apreciados e verificar se são diretamente correlacionáveis com o interesse despertado por um videojogo a partir da visualização de uma única imagem.

5.1 Estudo Comparativo Perspetiva em Primeira Pessoa (3D)



Tabela 10 - Estudo comparativo de capturas de ecrã videojogos 3D em primeira pessoa

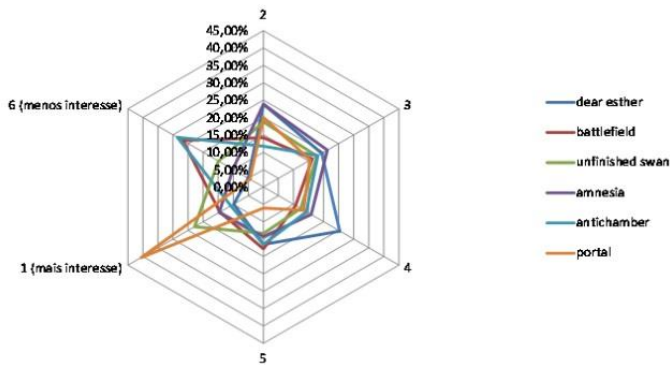


Gráfico. 60 - Interesse despertado

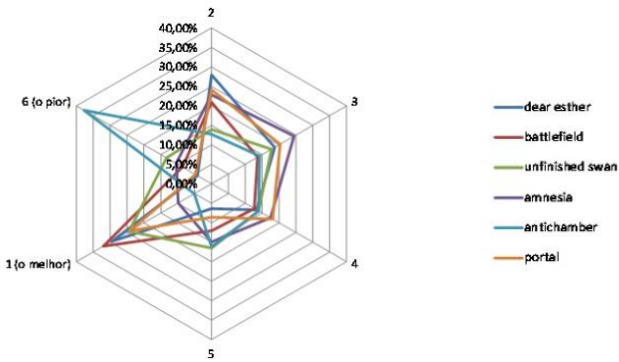


Gráfico. 61 - Avaliação da qualidade gráfica

Pode-se observar que, de forma destacada, *Portal* é, do conjunto de imagens escolhidas o que desperta mais interesse apesar de não ter sido considerado o melhor em termos de qualidade estética. Em termos de estilo gráfico *Portal* é tendencialmente realista baseando-se num ambiente de ficção científica. A razão da percentagem tão destacada de escolhas como maior interesse permite duas interpretações: o reconhecimento do videojogo em questão ou o gosto pela ficção científica e curiosidade em torno do conceito de portais que ligam diferentes pontos do espaço, perceptível pela imagem escolhida. Este videojogo reaproveitou o conceito de um protótipo original de estudantes chamado *Narbacular Drop* (Nuclear Monkey Software, 2005) refinando-o, recontextualizando-o e tornando-o neste novo videojogo. Apesar do conceito original e da sua equipa base advir de um modelo de produção Indie, *Portal* certamente não o é. Tem contudo um conceito único e criativo que mereceu excelentes críticas, tendo uma pontuação no Metacritic de 90/100 baseada em 27 críticas. Recebeu também o prémio de videojogo do ano e melhor design e inovação na *Game Developers Choice Awards* de 2008 entre vários outros prémios em *sites* especializados.

O videojogo que despertou menos interesse neste estudo foi *Antichamber*, apesar de ser um videojogo extremamente criativo na forma como utiliza um universo estético muito próprio e joga com as convenções da exploração de espaços com resultados imprevisíveis. De forma ainda mais destacada é escolhido como o pior do grupo em termos de qualidade estética não se mostrando uma escolha apreciada pelos inquiridos. O seu aspeto visual é, contudo, bastante variado pelo que a escolha de uma imagem de captura de ecrã distinta possivelmente decretaria resultados diferentes.

Por outro lado, *Battlefield 4* é, de forma próxima a *Antichamber*, um dos videojogos do grupo que menos interesse desperta, apesar dos dois se encontrarem em extremos praticamente opostos do que se pode encontrar em termos de videojogos em primeira pessoa. Se por um lado *Antichamber* parece não despertar interesse por ser demasiado diferente, *Battlefield 4* poderá fazê-lo por ser demasiado convencional. Contudo, de forma inversa a *Antichamber*, *Battlefield 4* é considerado o melhor em termos de qualidade estética seguido

de perto por *Dear Esther*, o que mostra que nos videojogos em primeira pessoa existe uma clara preferência dos jogadores por uma abordagem foto-realista ainda que essa preferência não se reflita no interesse despertado.

Do conjunto escolhido *Unfinished Swan* é, tal como *Antichamber* um dos mais invulgares mas mostra um interesse considerável. Neste caso, não sendo um videojogo tão popular e não sendo imediatamente perceptível pela imagem a sua jogabilidade consideramos que o interesse que desperta advém do seu estilo gráfico com base em silhuetas, completamente diferente dos restantes do grupo. A jogabilidade centra-se na ação de atirar tinta para o cenário branco revelando os caminhos e obstáculos a percorrer. Ganhou os prémios *BAFTA* de novo lançamento e inovação em 2013 e, durante o seu desenvolvimento esteve nomeado para o *Independent Games Festival* chegando aos finalistas na competição de estudantes. A sua classificação como Indie no seu formato final é discutível visto que beneficiou de financiamento da Sony e incubação nos seus *Santa Monica Studios*. Apesar do estúdio *Giant Sparrow* empregar 22 pessoas durante o desenvolvimento deste videojogo, os créditos do mesmo mostram muitos outros elementos exteriores que apoiaram em todo o processo desde equipas de marketing, à gestão e ao licenciamento de música, entre outros.

5.2 Estudo Comparativo Plataformas (2D)

No grupo seguinte repetimos as mesmas questões mas, desta vez, relativamente a videojogos de plataformas 2D. *Limbo*, seguido de *Rayman Legends* e *New Super Mario Bros U* destacam-se como os videojogos que despertam mais interesse neste conjunto. Ao mesmo tempo *Rayman Legends* é considerado o preferido em termos estéticos, seguido de perto por *Limbo* e dando menor destaque a *New Super Mario Bros U* que será provavelmente o mais reconhecível entre eles.

Neste grupo a correlação e semelhança entre os resultados das duas questões é mais próxima do que no caso dos videojogos 3D em primeira pessoa, o que

poderá significar que é um género em que a escolha de um estilo gráfico distinto torna-se ainda mais relevante.

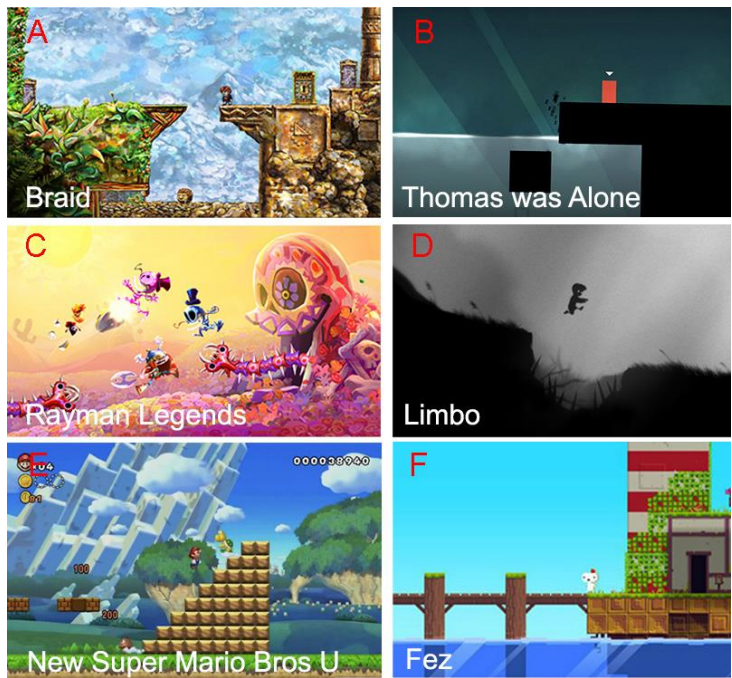


Tabela 11- Estudo comparativo de capturas de ecrãs de videojogos 2D de plataformas

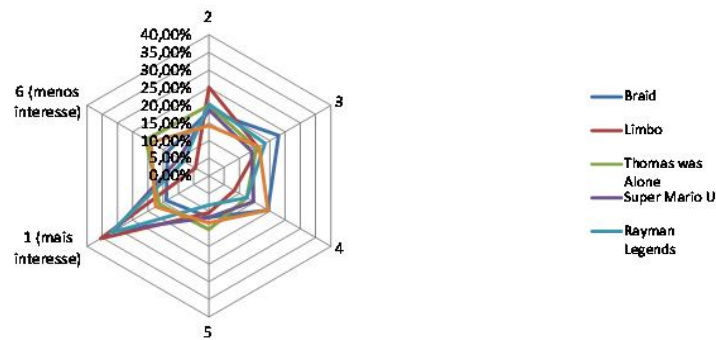


Gráfico. 62 - Interesse despertado

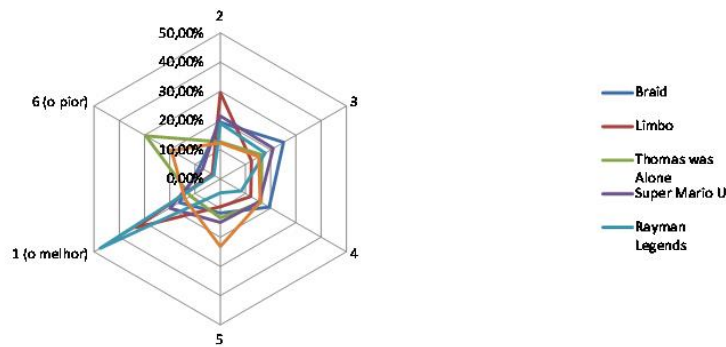


Gráfico. 63 - Avaliação da qualidade gráfica

Nos jogos de plataformas 2D o estilo gráfico é quase sempre mais afastado da realidade o que permite a exploração de diversos tipos de universos estéticos. Os que mais se destacam nesta escolha são *Limbo* e *Rayman Legends* que apresentam-se com estilos cromáticos opostos. O primeiro inteiramente a preto e branco e o segundo altamente colorido, ainda assim, cada um no seu estilo consegue um aspeto gráfico rico e muito característico.

Em termos de interesse não existe uma grande dispersão nos restantes videojogos mas no que diz respeito a preferências de estilo gráfico *Thomas was Alone* é, de forma um pouco mais pronunciada, considerado o pior. O seu aspeto minimalista em que as personagens são figuras geométricas ganha mais destaque visual em movimento através da projeção de sombras pelo que a avaliação apenas por uma imagem não o favorece. Apesar disso, o que de facto o destaca é a ligação que consegue fazer entre enredo e jogabilidade contando uma história sobre a amizade a partir de figuras geométricas.

5.3.7 Grupo 6 - Autores de videojogos

Neste grupo tentamos perceber até que ponto certos autores de videojogos são reconhecidos pelo grupo de inquiridos e se existe alguma relação entre o reconhecimento de um autor e hábitos de consumo por parte dos jogadores.

Dos 6 autores selecionados para o nosso questionário o que maior número de inquiridos afirmou desconhecer foi Edmund McMillen, designer de jogos como *The Binding of Isaac* (Headup Games, 2011) e *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010) que, apesar de populares, podem considerar-se de nicho. É um dos criadores Indie presentes no filme *Indie Game the Movie* (Lisanne Pajot e James Swirsky, 2012) e o seu trabalho em termos de temática e estilo gráfico é bastante característico sendo que os videojogos por ele desenvolvidos apresentam uma coerência a esse nível. O autor seguinte menos reconhecido é Jonathan Blow, criador de *Braid* e que também aparece no filme anteriormente referido. Participa frequentemente em palestras sobre videojogos sendo um nome de importância reconhecida no meio. Depois vem Markus Persoon, mais conhecido pelo seu pseudónimo *Notch*, é o criador de *Minecraft*.

Por outro lado Hideo Kojima, criador de *Metal Gear Solid* é o mais reconhecido superando até Shigeru Myamoto criador de *Super Mario*.

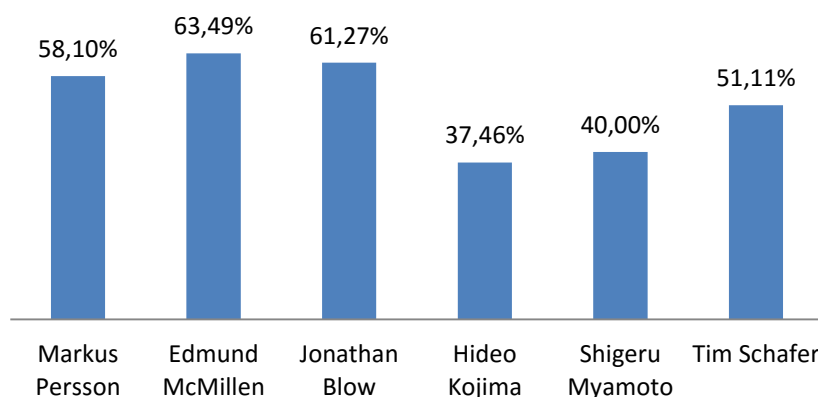


Gráfico. 64 - Não reconhece os autores de videogogos

Entre os que afirmam conhecer os autores, as respostas dadas confirmam-no indicando claramente Markus Persson, Edmund MacMillen e Jonathan Blow como criadores independentes e Hideo Kojima e Shygeru Myamoto como não independentes com margens de erro abaixo dos 5%. O único nome que suscita maiores dúvidas é o de Tim Schafer, autor de videogogos como *Grim Fandango* (Lucas Arts 1998), *Brutal Legend* (Double Fine, 2009) e, mais recentemente *Broken Age* (Double Fine, 2014) em que além de 51% dos inquiridos não o reconhecer, 30,48% afirmar não ser Indie e 18,41% o contrário. A confusão relativamente a ser Indie ou não pode dever-se a já ter participado em grandes produções mas agora apresentar uma postura mais independente com o seu estúdio *Double Fine*. Apesar disso, a *Double Fine* é uma empresa grande, com cerca de 60 colaboradores, e assenta num contacto continuado com a comunidade de jogadores apoiando-se na figura popular do seu Diretor Criativo, Tim Schafer. Este é um dos casos sintomáticos da confusão e associação ao termo Indie de um criador que em vez disso distingue-se devido à sua personalidade e visão autoral marcantes.

Os únicos dois nomes com uma taxa de reconhecimento de mais de 50% fazem parte de grandes empresas da indústria, Shygeru Myamoto e Hideo Kojima, curiosamente ambos oriundos do japão. É percetível porém, um desconhecimento geral, pelo menos no universo de inquiridos, relativamente

aos criadores de videojogos. Esse desconhecimento é principalmente notório no campo dos criadores independentes, o que poderá ser influenciado pelas suas carreiras não serem ainda muito longas e pelo alcance tendencialmente mais restrito dos seus videojogos.

Relativamente à razão das escolhas aquando da aquisição de videojogos, a resposta mais popular foi o interesse em cada videojogo por si só com um resultado muito expressivo de 88,57% de respostas positivas, sendo igualmente o único caso em que se verificaram mais escolhas de nível de concordância máxima.

As escolhas de *franchises que já conheço*, *críticas que vejo* e *estúdio ou produtoras que aprecio* apresentam valores de escolha muito próximos sendo que o valor médio de concordância tem de 40% a 45,71% das escolhas. O valor máximo, *concordo completamente*, varia entre 9,52% e 12,06%, valores próximos aos de *discordo* e *discordo completamente*. O valor *neutro* varia muito tenuemente entre os 27,30% e os 28,89%. Estas três respostas apresentam-se assim sensivelmente ao mesmo nível de concordância.

A resposta menos popular é sem dúvida a de *um autor de videojogos que aprecio*, em que o valor neutro, com 31,75%, é o que tem a maior percentagem de escolhas seguido por *concordo* com 27,30%. As restantes respostas variam entre os 15,87% com *concordo completamente* e 13,02% e 12,06% com *discordo* e *discordo completamente*. Apesar da escolha ainda ser positiva é claramente notória a diferença relativamente às outras razões de compra o que leva a crer que ainda não há reconhecimento suficiente do autor tal como a questão anterior também indica. Apesar disso, várias campanhas de *crowdfunding* apoiaram-se no reconhecimento de autores associados a videojogos nostálgicos para o seu sucesso. Um dos exemplos emblemáticos foi o *Kickstarter* do videojogo *Broken Age* que, com base na figura de Tim Schafer e a sua participação em videojogos de aventura clássicos da Lucas Arts, conseguiu um dos maiores financiamentos já alcançados nessa plataforma (Sapieha, 2014).

5.4 Conclusões do Reconhecimento Público

Este inquérito visou perceber a perceção pública do significado de videojogos Indie, utilizado frequentemente por jogadores, criadores e investigadores mas, por vezes, a partir de contextos distintos. Pela análise dos dados apurados e como resposta às questões principais podemos concluir que existe ainda alguma confusão e desconhecimento em relação a esta temática. Apesar disso, uma percentagem significativa de inquiridos vê os videojogos independentes como uma forma de produção, o que vai de encontro a várias definições da comunidade científica, de criadores independentes e da definição adotada nesta investigação. Neste sentido o conceito de Indie não é utilizado como uma característica qualitativa de conteúdo, não o restringindo a géneros ou estilos específicos, mas como uma forma de produção. Considera-se que os videojogos Indie são mais simples e criativos e que o seu foco encontra-se na jogabilidade e inovação.

Verifica-se que não existe uma perceção marcada de uma jogabilidade, estética ou narrativa exclusivamente Indie mas, apesar disso existem algumas tendências ou características mais recorrentes como avaliaremos com a análise aos finalistas do *Independent Games Festival*, no próximo capítulo.

No que toca ao termo *videojogo de autor* percebe-se que o mesmo é maioritariamente desconhecido para os inquiridos, o que era expectável visto ainda ser um termo pouco comum neste campo e que esta investigação o propõe como um dos seus contributos. Segundo os dados recolhidos não é evidente uma correlação direta entre os conceitos de Indie e de Autor em termos de perceção dos inquiridos. Apesar disso, visto que os videojogos Indie apresentam-se como mais intimistas, tanto na sua forma de produção como nos seus conteúdos, uma abordagem autoral pode ser mais simplesmente implementável neste segmento. Além disso essa abordagem poderá ser encarada como uma oportunidade e forma de distinção face às produções dos grandes estúdios. Nesse sentido, videojogos como *Limbo*, *Braid* ou *The Binding of Isaac* vieram a destacar-se e, uma política de autores, poderá igualmente conquistar o seu lugar nesta indústria pela qualidade e coerência formal ou temática do seu trabalho.

Segundo os dados recolhidos, a aquisição de um videojogo resulta principalmente do videojogo em si ou de *franchises* conhecidos, apesar disso, consideramos que a abordagem autoral poderá ser uma mais-valia para a afirmação do criador Indie relativamente a um público que o acompanhe. Terá ainda a vantagem de uma exploração mais derivativa não existindo uma pressão corporativa para desenvolvimento de sequelas em larga escala que acarretam elevados custos e poderão restringir a criatividade em nome de um produto que se enquadre nas expectativas do jogador. Se os leitores seguem os livros dos seus escritores preferidos e os cinéfilos seguem os filmes dos seus realizadores de eleição, o facto de, até agora isso não ocorrer de forma evidente no campo dos videojogos mostra que ainda existe um caminho a percorrer neste sentido.

6. Valorização crítica nos videojogos Indie

Com o objetivo de compreender os Videojogos Indie, não apenas como um conceito mas a partir dos seus conteúdos, procedemos a uma categorização por tabelas e a uma posterior análise estatística desses dados. Esta categorização visou sistematizar géneros, mecânicas e estilos visuais, entre outros, de forma a perceber a existência de características comuns e de estudar a evolução histórica deste segmento.

6.1 Critérios de amostragem

A opção pelos videojogos a analisar neste estudo não deveria ser aleatória ou pessoal por isso optamos por incluir videojogos que tenham passado por análise e reconhecimento crítico dos seus pares em festivais específicos deste segmento. O elemento delimitador da amostragem a recolher partiu dos videojogos nomeados para o *Independent Games Festival (IGF)* distribuídos por várias categorias de prémios. Esta escolha assenta no facto deste ser o maior e mais conceituado festival e competição de videojogos Indie, inserindo-se na *Game Developers Conference (GDC)*. Este evento é organizado pela *United Business Media (UBM Tech)* que é simultaneamente a produtora de duas páginas de referência da indústria e de videojogos Indie, *Gamasutra the Art & Business of Making Games* e *Indie Games the Weblog*²⁴, entre outros. O *IGF* teve início em 1998, com foco na criação independente e com o objetivo de promover a inovação nos videojogos, é por isso comparável a certos eventos da indústria cinematográfica com o *Festival de Sundance*.

O *Indiecade* é outro festival de destaque que já contou na sua organização com nomes como Eric Zimmerman, Robin Hunick, Will Wright, Kellee Santiago, entre outros. Teve a sua origem conjuntamente com a *E3 Electronic Entertainment Expo*, um dos maiores eventos da indústria de videojogos mas, desde então, passou a funcionar como um evento independente.

²⁴ Gamasutra disponível em <<http://www.gamasutra.com>>; Indie Games the Weblog disponível em <<http://indiegames.com>>.

Existem várias categorias semelhantes entre si a concurso no *IGF* e no *Indiecade*, premiando a melhor jogabilidade, o melhor estilo visual, o melhor som e a melhor narrativa. Além dessas existem também as categorias principais mais generalistas de *Prémio do Público* e *Grande Prémio*.

Optamos, contudo, por não incluir os nomeados do *Indiecade* diretamente na realização das tabelas classificativas devido ao seu critério de escolha mais aberto com cerca de 40 nomeados anuais que são simultaneamente elegíveis para todas as categorias a concurso no festival. Isso é algo que não acontece no *IGF* desde 2006, sendo também consideravelmente mais restritivo em termos de número de concorrentes finalistas, com cerca de 10 por ano. A utilização de um volume tão grande de videojogos elegíveis para todas as categorias como os finalistas do *Indiecade* tornaria os dados específicos de cada categoria mais vagos pelo que se optou por não os considerar diretamente. Apesar da sua exclusão das tabelas, teremos em conta e comentaremos os videojogos que se tenham destacado em ambos festivais.

Quanto às categorias consideradas, devemos referir algumas particularidades. O prémio de inovação, *Nuovo Award*, é exclusivo ao *IGF* e encontra-se em vigor desde o ano de 2009. Nas edições anteriores o conceito de inovação era alocado a cada categoria (*Innovation in Visual Art*, *Innovation in Audio*, etc...) mas a criação de um prémio específico levou à alteração do nome das restantes categorias deixando de mencionar a *inovação* mas referindo um carácter de *excelência* (*Excellence in Visual Art*, *Excellence in Design*, etc...). Esta alteração não é contudo significativa relativamente aos resultados dos prémios em si visto que em todos os casos procura-se as experiências mais significativas dentro de cada tipologia.

O prémio de excelência técnica foi retirado da competição do *IGF* a partir do ano 2014 por decisão mútua dos jurados que consideraram que atualmente perdia relevância como prémio individual pois as ferramentas e tecnologias globalmente acessíveis permitem um desempenho técnico nivelado, tal como Brandon Boyer clarificou em comunicado no *site* oficial do *IGF* (2013). Na mesma declaração é excluída, a partir de então, a possibilidade de concorrer com um mesmo videojogo em diferentes anos do festival, mesmo numa

transição da categoria de estudantes para profissional. O objetivo desta decisão passa por mostrar e premiar videojogos novos a cada ano.

Nas edições de 2006 a 2008 existiu um prémio para melhor jogo de *browser web* (*Best Web Browser Game*) e nos anos de 2011 e 2012 um prémio de melhor videojogo para dispositivos móveis (*Best Mobile Game*). A sua inclusão e desaparecimento são relevantes pois, por um lado, mostram um período de destaque do desenvolvimento independente nessas plataformas e, por outro, são categorias rapidamente assimiladas pelas restantes. Assim estes videojogos passam a ser considerados conjuntamente com os videojogos de PC ou consolas. Esta transição é especialmente rápida e notória no caso mais recente dos dispositivos móveis sendo que videojogos especificamente desenvolvidos ou posteriormente convertidos para este tipo de dispositivos receberam desde então destaque nas várias categorias a concurso.

De 2004 a 2012 existiu um prémio específico dos patrocinadores do festival que passou por empresas como a *Cartoon Network*, *Direct2Drive* e *Microsoft Xbox Live Arcade*. Nos anos de 2006 e 2007 foram dados prémios em categorias de *Mods* sendo representativos de um período de destaque no campo da modificação de videojogos por parte de criadores independentes que, desde então, perdeu algum impacto e consequente representação no festival.

Existe ainda, desde a edição de 2004, um prémio para videojogos desenvolvidos por estudantes (*Student Award*) que não é abordado nesta análise devido à sua natureza generalista.

Por fim, o prémio de narrativa (*Excellence in Narrative*) foi incluído a partir da edição de 2013, o que revela uma importância muito atual do aspeto narrativo nos videojogos independentes. Os videojogos vencedores nesta categoria são prova de que é possível inovar e ser relevantes como formas narrativas a partir da utilização de meios técnicos aparentemente mais limitados e sem recorrer necessariamente à apropriação da linguagem cinematográfica tão usada em videojogos de maiores produções.

As tabelas classificativas criadas a partir de cada prémio do *IGF* visaram a categorização dos seus nomeados em vários parâmetros com o objetivo de se proceder à sua análise estatística. Foram considerados os vários tipos de parametrização e taxonomia referidos anteriormente, combinados e transformados de forma dividi-lo por diversos parâmetros que melhor e mais detalhadamente se correlacionassem com as categorias do festival em análise. Para analisar questões de jogabilidade foram tidos em conta o género e mecânica de jogo assim como o número de jogadores e a utilização do ambiente bidimensional ou tridimensional. No aspeto gráfico foram considerados os estilos e técnicas mais recorrentes assim como, novamente, a utilização de grafismo 2D ou 3D. Como informações mais generalistas apurou-se os países de origem de cada videojogo a concurso assim como as plataformas para os quais se encontram disponíveis.

Como análise adicional e exterior à do *IGF*, utilizou-se o *site Metacritic* para verificar a recetividade crítica e pública, fora do contexto de festivais, dos videojogos premiados nas últimas 6 edições. Este *site* aborda a classificação de filmes, programas de televisão, música e videojogos e o seu sistema de classificações baseia-se numa média ponderada de avaliações críticas recolhidas de diversas publicações *online* que resulta numa pontuação apelidada *Metascore* com uma escala de 10 valores. É igualmente divulgado o número de críticas em que cada média final se baseou. Paralelamente é apresentada também uma pontuação apelidada de *User Score* em que os utilizadores registados no *site* poderão dar as suas próprias avaliações baseadas numa escala de 10 valores sendo a pontuação global resultante da média das várias críticas.

Este é contudo um sistema de crítica cuja validade científica é questionável pois, além da subjetividade inerente a qualquer avaliação deste tipo, deve ter-se em conta que a pontuação final resulta de conversões de valores provenientes de diferentes critérios e escalas e até de conversões de críticas qualitativas. Apesar disso, é verificável uma correlação entre o sucesso de um videojogo e a pontuação alcançada neste *site* assim como o número de críticas feitas. Esta correlação indica que o *Metacritic* influencia as tendências de

compra ou que as reflete de forma aproximadamente correta (Greenwood-Ericksen, Poorman, Papp, 2013) e, por essa razão, optamos por incluir os seus dados neste estudo apenas como referência comparativa.

De forma similar ao *Metacritic*, existem vários outros *sites* agregadores de avaliações *online* e optamos por recolher igualmente as pontuações do *Game Rankings*, *site* que agrega exclusivamente avaliações de videojogos. A comparação entre as pontuações obtidas nestes dois *sites* conjuntamente com os resultados obtidos nos festivais permite uma melhor perceção do sucesso crítico e comercial de cada um destes videojogos.

Outros *sites* como o *VGChartz*, que se dedica à recolha de valores de vendas de videojogos por territórios poderiam ser úteis mas verificou-se não serem absolutamente precisos, principalmente em mercados fragmentados como o europeu. Por outro lado não incluem dados da quase totalidade dos videojogos Indie abordados sendo nitidamente plataformas representativas de dados dos grandes estúdios e editoras e, por isso, não relevantes para este estudo.

6.2 Análise de dados

A análise estatística dos dados resultantes assenta sobretudo na observação e verificação de tendências em cada uma das categorias, sejam elas gerais/totais ou cronológicas. Desta análise resultaram os dados representados nos vários gráficos que apresentaremos²⁵ assim como a sua análise.

6.2.1 Melhor Design (*Excellence in Design*)

Temos que ter em conta que o termo *Design* é aqui utilizado como *Game Design* e, nesse sentido, não se restringe a uma avaliação estética mas sim à coesão e qualidade de toda a construção do videojogo, especificamente da sua jogabilidade.

²⁵ No apêndice 2 disponibilizamos os dados completos tabelados utilizados nesta análise sendo que, no corpo do texto, apresentamos apenas alguns dos gráficos mais relevantes na análise de cada parâmetro em questão.

Verificamos que desde 2005 os vencedores nesta categoria foram sempre videojogos 2D, numa clara valorização do ambiente bidimensional igualmente observável nos restantes finalistas desta categoria. Apenas nos anos de 1999, 2004, 2005 e 2010 houve mais videojogos finalistas 3D do que 2D enquanto nos anos de 2008, 2009, 2013 e 2014 esta categoria não teve quaisquer videojogos 3D como finalistas. A utilização do 3D não tem mostrado portanto preferência no que toca aos melhores resultados em termos de design/jogabilidade.

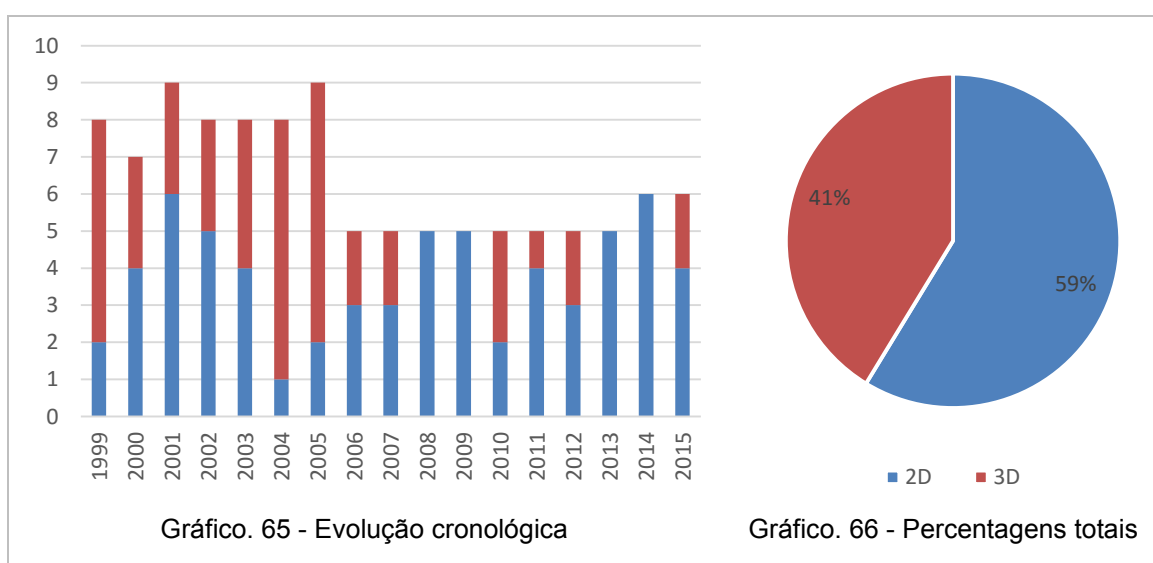


Tabela 12 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Excellence in Design (IGF)

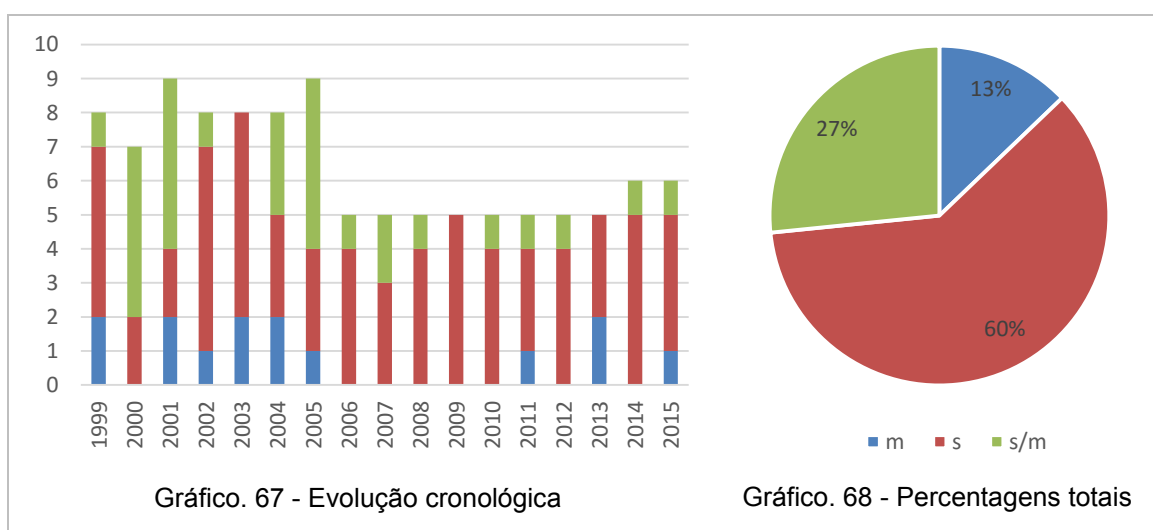


Tabela 13- Modos de jogo nos nomeados Excellence in Design (IGF)

Os nomeados são essencialmente videojogos de um só jogador (60%) e apenas 13% são exclusivamente multijogador. Numa abordagem histórica, é perceptível um progressivo decréscimo dos videojogos com ambos os modos, o que mostra uma tendência para que se tornem experiências mais contidas ou focadas sobretudo num só jogador.

O estilo gráfico predominante nesta categoria é o *Cartoon* destacando-se com 39% dos nomeados, seguido do *Realista* com 23% e *Retro* 18%. É verificável uma clara redução de nomeados com estilo gráfico *Realista* nesta categoria, o que demonstra um progressivo afastamento do caminho comum seguido na restante indústria. Por outro lado, a partir de 2007 começa a ser recorrente a presença de videojogos com estilo *Retro*, maioritariamente baseados no estilo corrente da era 8 Bit. O estilo *Cartoon* é destacadamente o mais utilizado, o que é esperado devido a ser, de forma geral, o mais comum em videojogos 2D, em oposição ao estilo *Realista* com recurso a modelos 3D,.

Quanto a géneros verifica-se dispersão entre vários tipos e também na sua distribuição cronológica mas destacam-se sobretudo a *Ação*, a *Estratégia* e o *Puzzle*.

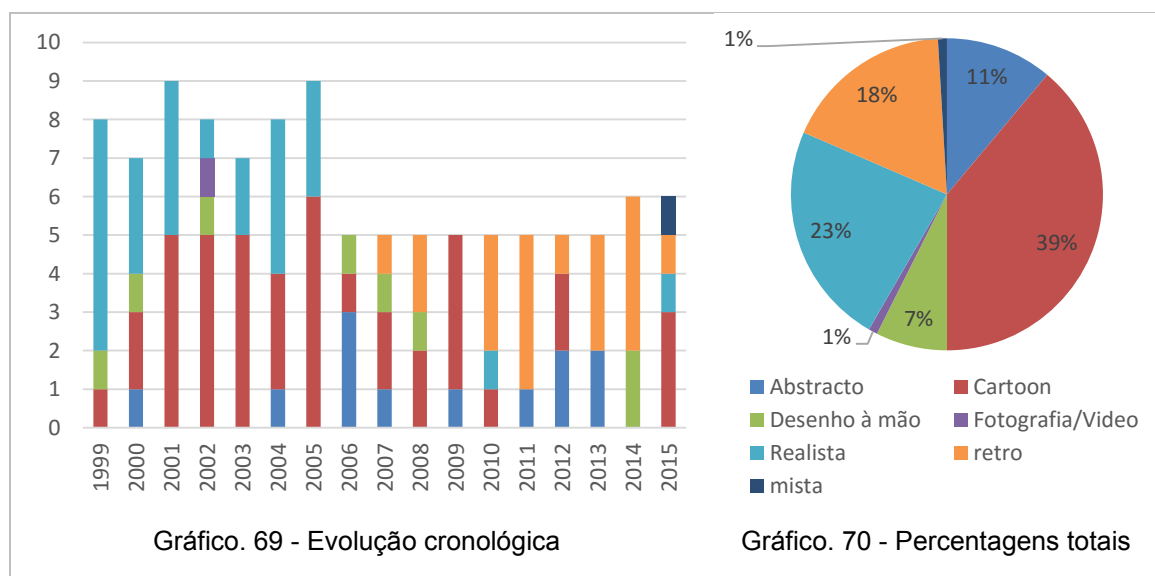


Tabela 14 - Estilos gráficos nos nomeados Excellence in Design (IGF)

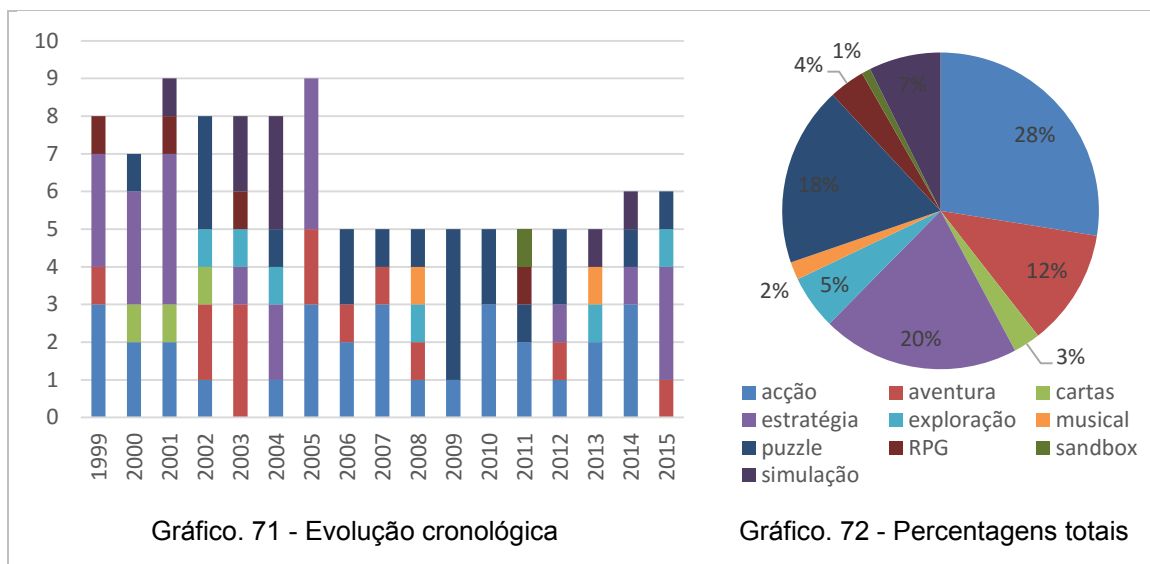


Tabela 15 - Gêneros nos nomeados Excellence in Design (IGF)

É inegável a prevalência dos PCs como dispositivos preferenciais de desenvolvimento para os criadores independentes com quase a maioria dos videojogos nesta categoria e também nas outras de uma forma global. Nota-se uma maior abertura no mercado das consolas a partir de 2003 e, a partir de 2006, os dispositivos móveis têm revelado uma presença constante.

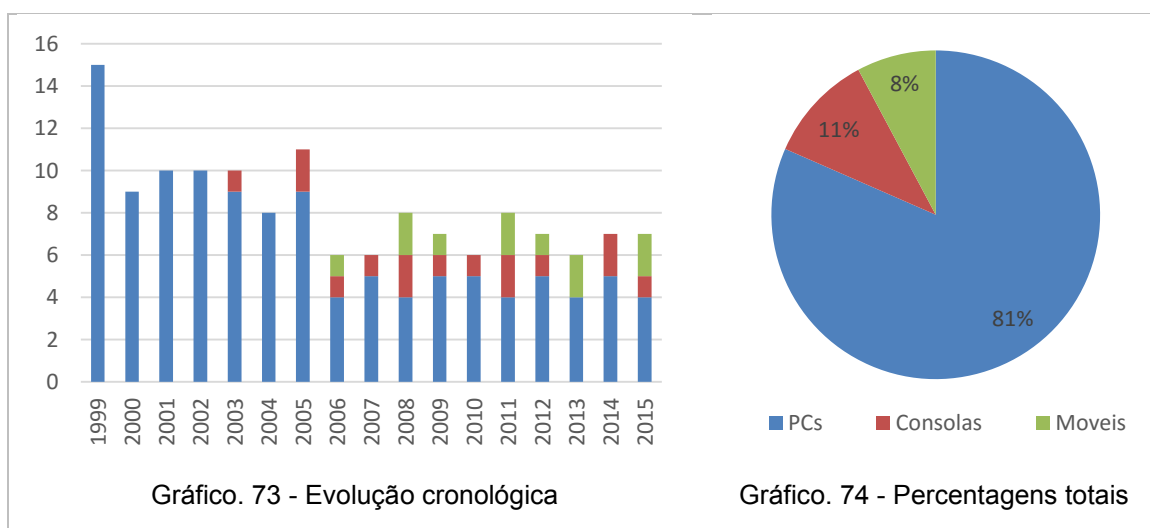


Gráfico 75 - Dispositivos usados nos nomeados Excellence in Design (IGF)

Todos os videojogos vencedores deste prémio obtiveram bons resultados (acima de 80%) em *sites* de críticas mas, em alguns dos casos, valores um pouco mais baixos no que toca a críticas diretas de utilizadores do site

Metacritic. Deve-se realçar ainda que certos videojogos nomeados só têm lançamento comercial anos depois da nomeação, como é o caso de *Monaco* (Pocketwatch Games) vencedor em 2010 mas lançado comercialmente apenas em 2013.

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	Outer Wilds	-	-	-	-	-	-
2014	Papers, Please	85	40	8.5	926	81,95	-
2013	FTL: Faster than Light	84	42	8.3	1110	85,31	Sim
2012	Spelunky	90	8	7.1	375	91	-
2011	Desktop Dungeons	82	12	7.9	43	85,86	Sim
2010	Monaco	83	47	7.8	186	85,59	-

Tabela 16 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Design nos últimos 6 anos

6.2.2 Melhor Estilo Gráfico (*Excellence in Visual Art*)

O estilo *Cartoon* é destacadamente o estilo visual mais recorrente nesta categoria (42%) seguindo pelo grafismo *Realista* (22%). É importante realçar contudo que os videojogos com estilo *Cartoon* foram vencedores deste prémio pela última vez em 2007 com *Castle Crashers* (The Behemoth) e que desde 2006 os videojogos com um estilo *Realista* não tiveram qualquer nomeação exceto em 2012 com *Dear Esther* (The Chinese Room) que venceu o prémio. É evidente uma tendência, nos últimos anos, para valorizar estilos mais artísticos ou fora do comum como o *Desenho à Mão* e *Técnicas Mistas*.

Apenas até ao ano de 2005, e só por 3 vezes, verificaram-se mais videojogos 3D nomeados para esta categoria sendo que curiosamente o último ano analisado (2015) contraria a tendência de prevalência de videojogos 2D, com utilizações alternativas do 3D que saem fora do comum âmbito *Realista*.

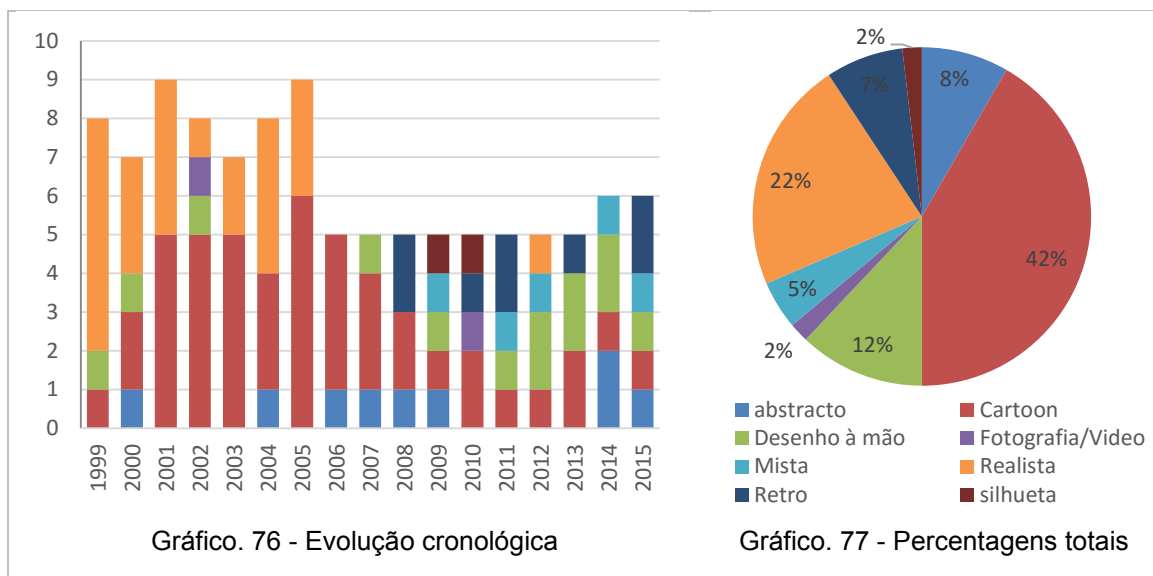


Tabela 17 - Estilos gráficos nos nomeados Excellence in Visual Art (IGF)

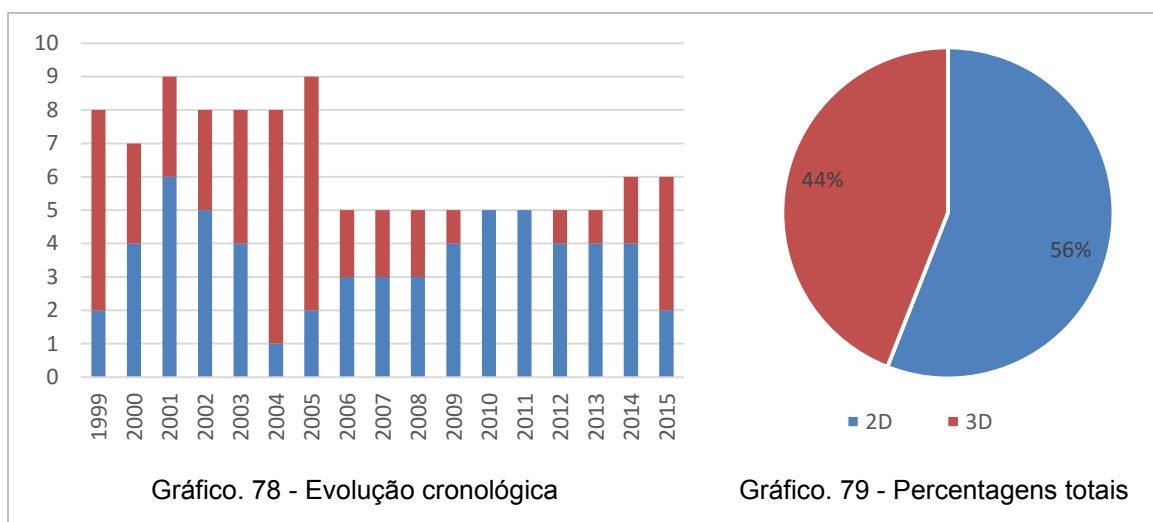


Tabela 18 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Excellence in Visual Art (IGF)

Em termos de géneros, os videojogos de *Ação* são os que mais utilizaram o 3D seguindo-se pelos de *Estratégia* praticamente empatados em termos entre número de videojogos 3D e 2D. Nos géneros de *Puzzle* e *Aventura* o 2D destaca-se.

Nesta categoria todos os vencedores do *IGF*, menos o do último ano, foram também finalistas no *Indiecade* sendo que *Gorogoa* (Jason Roberts, 2014) e *Kentucky Route Zero* (Cardboard Computer, 2013) venceram igualmente os prémios similares desse festival²⁶.

²⁶ *Visual Design Award* e *Visuals Story & World Design Award*

Apresentam pontuações um pouco mais baixas que os vencedores da categoria anterior, o que não é surpreendente visto que o elemento fundamental de um videojogo deverá ser sempre a sua jogabilidade e a utilização de um estilo gráfico interessante não tem uma ligação direta com a qualidade da jogabilidade.

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	Metamorphabet	-	-	-	-	77	-
2014	Gorogoa	-	-	-	-	-	Sim
2013	Kentucky Route Zero	81	28	7.6	85	83,13	Sim
2012	Dear Esther	75	37	6.5	567	71,29	Sim
2011	BIT.TRIP RUNNER	76	25	7.9	35	77,12	Sim
2010	Limbo	88	22	8.0	1066	88,05	Sim

Tabela 19 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Visual Art nos últimos 6 anos

6.2.3 Melhor Som (*Excellence In Audio*)

Em termos de som a maior percentagem de nomeados encontra-se no género dos videojogos de *Ação* (27%) seguindo-se da *Aventura*, *Estratégia* e *Puzzle*, entre os 16% e 17%. Neste caso a análise torna-se mais expressiva se consideradas as especificidades de alguns dos vencedores.

Device 6 (Simogo, 2013) é um videojogo para iOS que se caracteriza como um livro interativo em que a forma e ordem como se lê e interage com o texto são os elementos principais. Além disso, certos apontamentos sonoros funcionam de forma ativa na resolução de quebra-cabeças que permitem seguir a narrativa. A componente sonora é subtil mas não é apenas utilizada de forma ambiental, é essencial na sua jogabilidade e na resolução de certos enigmas.

140 (Jeppe Carlsen, 2013) é um videojogo de plataformas com estilo *Retro* com cenários e obstáculos que se movem ao ritmo de música eletrónica havendo uma grande cumplicidade entre grafismo, ritmo e jogabilidade.

Botanicula (Amanita Design, 2012) é uma aventura *Point 'n Click* com gráficos no género *Desenho à Mão*, acompanhado de música extremamente ambiental que se conjuga de forma harmoniosa com os efeitos sonoros das criaturas e de todos os elementos com que é possível interagir.

Amnesia: The Dark Descent (Frictional Games, 2010) é uma aventura de terror em primeira pessoa em que, além do seu aspeto visual obscuro, o som é usado como elemento essencial para criar a atmosfera terrorífica, seja em pormenores subtis que criam tensão ambiental ou em momentos com sons repentinos destinados a assustar o jogador.

Closure (Eyebrow Interactive, 2012) é um videojogo de *Puzzle* e *Plataformas* com grafismo no género de *Desenho à Mão* e inteiramente a preto e branco, sendo que a sua jogabilidade gira sobretudo à volta do conceito de escuridão e do que é mostrado ou escondido ao jogador. Neste caso a música surge mais como um acompanhamento competente à parte gráfica realçando a obscuridade de mesma.

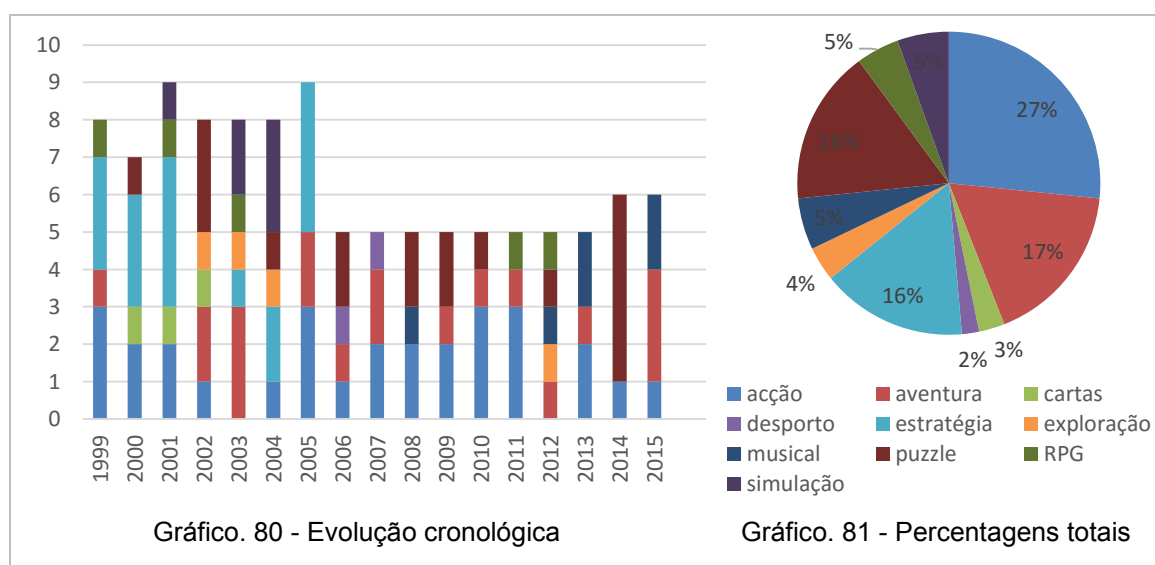


Tabela 20 - Géneros nos nomeados Excellence in Audio (IGF)

Percebe-se portanto que, nos casos premiados, o som tem relevância direta em termos da jogabilidade e/ou acompanha de forma próxima a ambiência visual dos videojogos maximizando o seu impacto. Dos vencedores, *Device 6*, um videojogo exclusivo de dispositivos móveis, é o que recebe melhor

pontuação crítica exterior ao IGF apesar de *Amnesia: The Dark Descent* ser destacadamente o mais reconhecível entre o grupo.

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	Ephemerid: A musical adventure	-	-	-	-	-	-
2014	Device 6	92	28	7.0	71	92,24	-
2013	140	80	6	7.3	32	77,50	-
2012	Botanica	82	38	8.3	298	83,22	Sim
2011	Amnesia: The Dark Descent	85	44	8.7	998	86,09	-
2010	Closure	78	8	6.6	50	82,50	Sim

Tabela 21 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Audio nos últimos 6 anos

6.2.4 Excelência Técnica (*Technical Excellence*)

Os géneros mais nomeados são a *Ação*, *Estratégia* e *Puzzle* com percentagens idênticas mas, apesar disso, é claro que apesar da *Estratégia* ser um dos géneros em destaque no festival até 2007, desde então não tem marcado presença. Em vez disso os videojogos de *Puzzle* e *Ação* têm-se feito notar cada vez mais.

55% dos nomeados nesta categoria são videojogos 3D, num dos raros casos deste estudo em que o 2D é superado, ainda que os últimos anos de existência do prémio mostrem já uma tendência de inversão desses dados. O estilo gráfico mais recorrente, de forma destacada, é contudo o *Cartoon*, sendo que o *realista* (3D) é significativo apenas até a edição de 2007 do IGF. É interessante verificar esta inversão pois, se considerarmos os videojogos AAA, o reconhecimento técnico é frequentemente associado à qualidade/*Realismo* estético e, mais uma vez, os videojogos Indie parecem destacar-se por uma abordagem alternativa. É evidente também que os videojogos com estilo *Realista* presentes nas primeiras edições do IGF mostram-se, hoje em dia,

mais datados relativamente a outros que utilizam estilos gráficos alternativos, o que mostra que a aposta em caminhos mais convencionais, principalmente na procura do *Realismo* estético acaba por inevitavelmente parecer desatualizada face à constante inovação tecnológica. Apesar disso alguns videojogos Indie de terror em primeira pessoa têm optado por um aspeto *Realista*, como é o caso *Amnesia: The Dark Descent* vencedor do prémio em 2011 e também muito popular entre os jogadores.

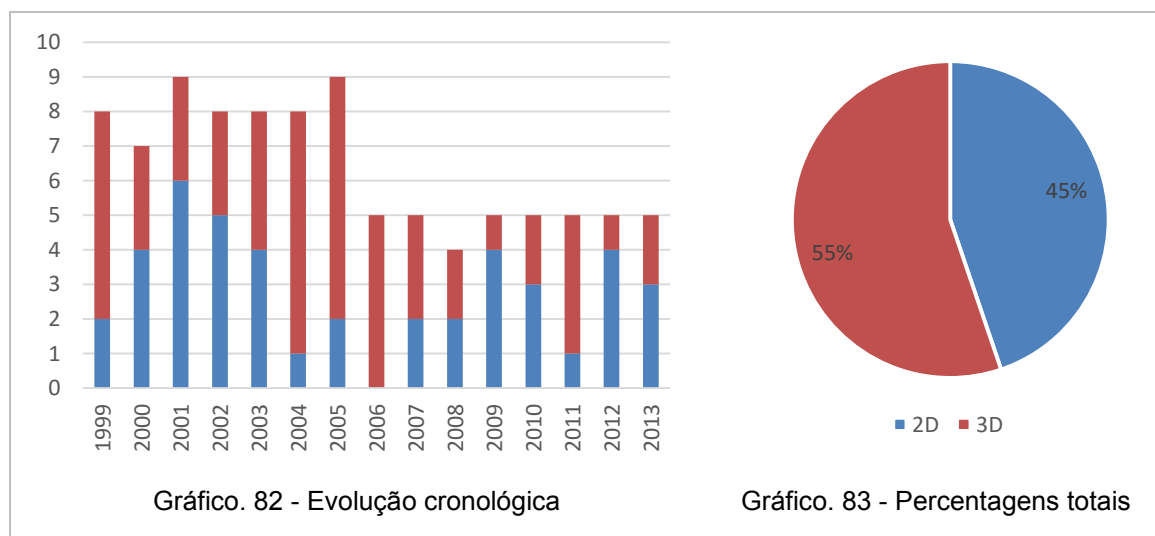


Tabela 22 - Utilização de 2D/3D nos nomeados Technical Excellence (IGF)

O estilo *Cartoon* destaca-se ao longo de quase todas as edições do festival e, curiosamente, o estilo *Retro* marca também alguma presença nas últimas edições (2008-2013) mostrando inovação a partir da homenagem e referência a estilos anteriores.

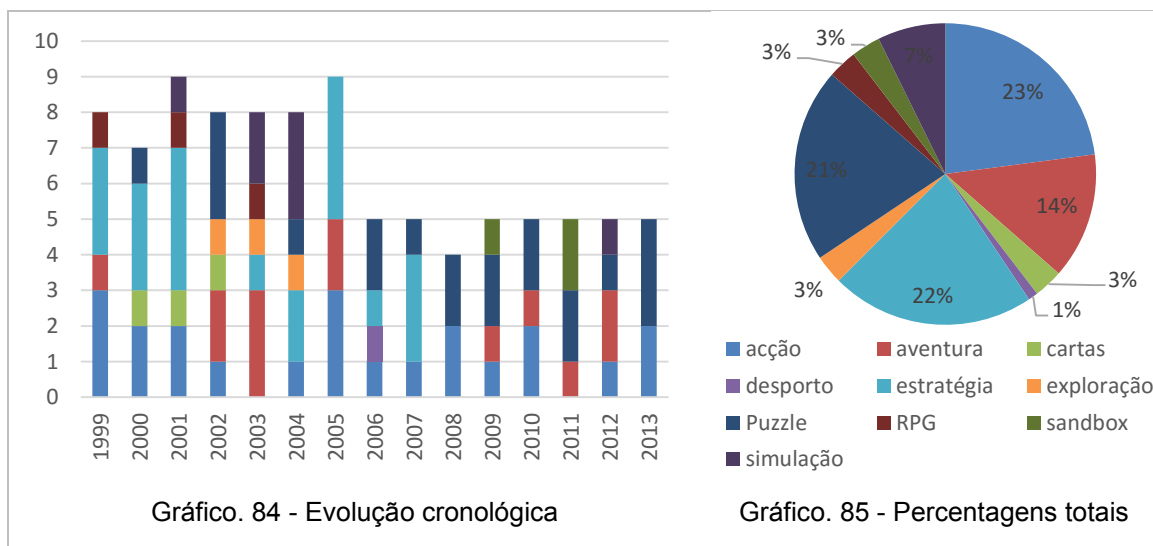


Tabela 23 - Gêneros nos nomeados Technical Excellence (IGF)

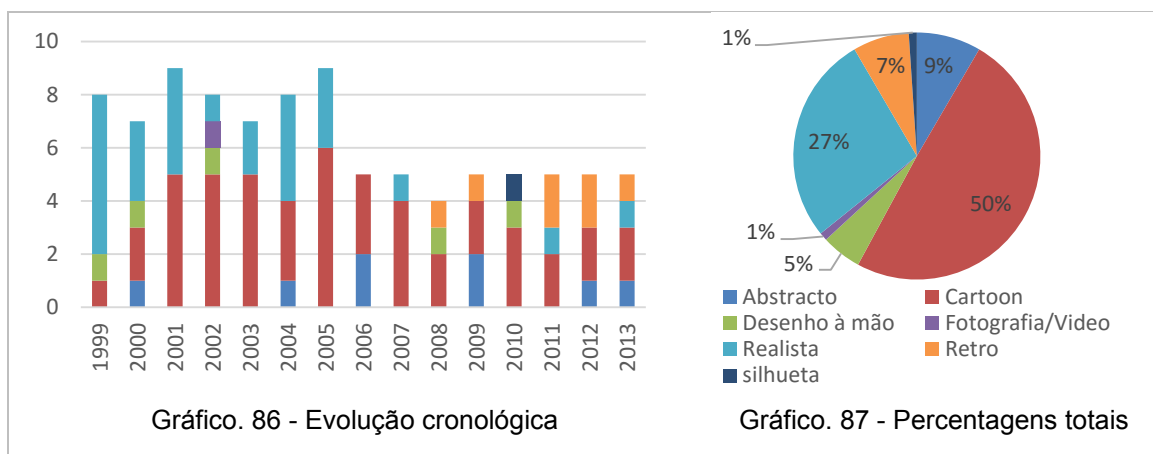


Tabela 24 – Estilos gráficos nos nomeados Technical Excellence (IGF)

É também uma categoria em que mais se destaca e premeia a utilização de mecânicas de jogo fora do comum. Da combustão de diferentes materiais em *Little Inferno* (Tomorrow Corporation, 2012) à utilização de ambiente gráficos dinâmicos e fora do comum como em *Antichamber*. Premiou-se também o realismo em *Amnesia: The Dark Descent* assim como o tipo de ambiência criado, algo que também é realçado em *Limbo* ainda que num estilo completamente distinto do anterior, a partir de silhuetas. Estes dois casos são alguns dos videojogos Indie com melhores resultados públicos e críticos como é visível pelo número de críticas em que são baseadas as suas pontuações *Metascore* e *User Score*.

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2013	Little Inferno	68	17	7.6	183	67,27	-
2012	Antichamber	82	50	8.2	464	83,70	Sim
2011	Amnesia: The Dark Descent	85	44	8.7	998	86,09	-
2010	Limbo	88	22	8.0	1066	88,05	Sim

Tabela 25 - Recepção dos vencedores do prémio *Technical Excellence* nos últimos 5 anos

6.2.5 Melhor Narrativa (*Excellence in Narrative*)

Este prémio existe apenas desde 2013 no *IGF* verificando-se portanto um número mais reduzido de finalistas e vencedores até à edição de 2015.

A grande maioria dos nomeados são videojogos 2D e com apenas modo de um só jogador. Os géneros e mecânicas mais recorrentes são o *Puzzle* e o *Point 'n Click* ou similares sendo que não se caracterizam apenas por *Aventuras Gráficas* tradicionais mas também por novos tipos de experiências.

Nota-se um grande foco em contar uma história ou passar uma mensagem em igual medida com a jogabilidade. Apesar disso não são cinematográficos como *Uncharted: Drake's Fortune* (Naughty Dog, 2007) e outros títulos AAA. Os videojogos nomeados nesta categoria têm maior inspiração em formas de comunicação alternativas ao Cinema como a literatura em *Device 6* ou até linguagens próprias dos videojogos como a perspetiva em primeira pessoa em *The Stanley Parable* e as *Plataformas* em *This War of Mine*. É perceptível portanto a abertura a diversos caminhos alternativos na exploração narrativa dos videojogos.

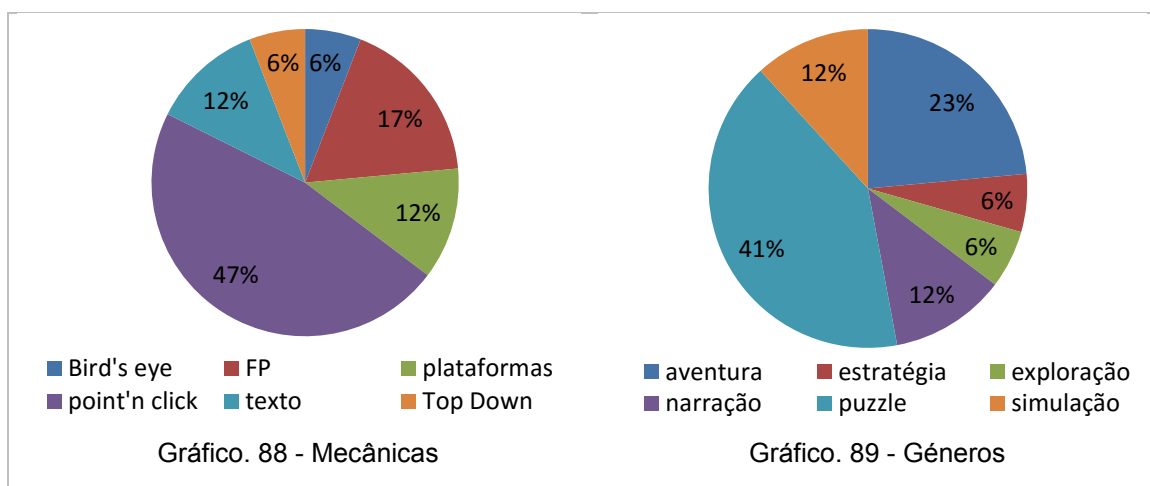


Tabela 26 - Gêneros e mecânicas nos nomeados Excellence in Narrative (IGF)

Os vencedores *80 Days* (Inkle, 2014), *Papers, Please* (Lucas Pope, 2013) e *Cart Life* (Richard Hofmeier, 2011) inserem-se, contudo, mais no gênero da *Simulação* sendo difíceis de categorizar devido à sua abordagem narrativa e jogabilidade criativas. *80 Days* é um videogame sobre planejamento de viagens e as histórias que surgem das mesmas. *Papers, Please* e *Cart Life* têm um maior carácter de crítica ou comentário social sendo que o primeiro aborda a imigração num estado comunista e o segundo a vida dos vendedores de rua. Isto mostra que existem múltiplas possibilidades de exploração narrativa nos videogames que saem assim do comum estereótipo da *Aventura de Ação* rumo a temas socialmente mais relevantes e, por vezes até polémicos.

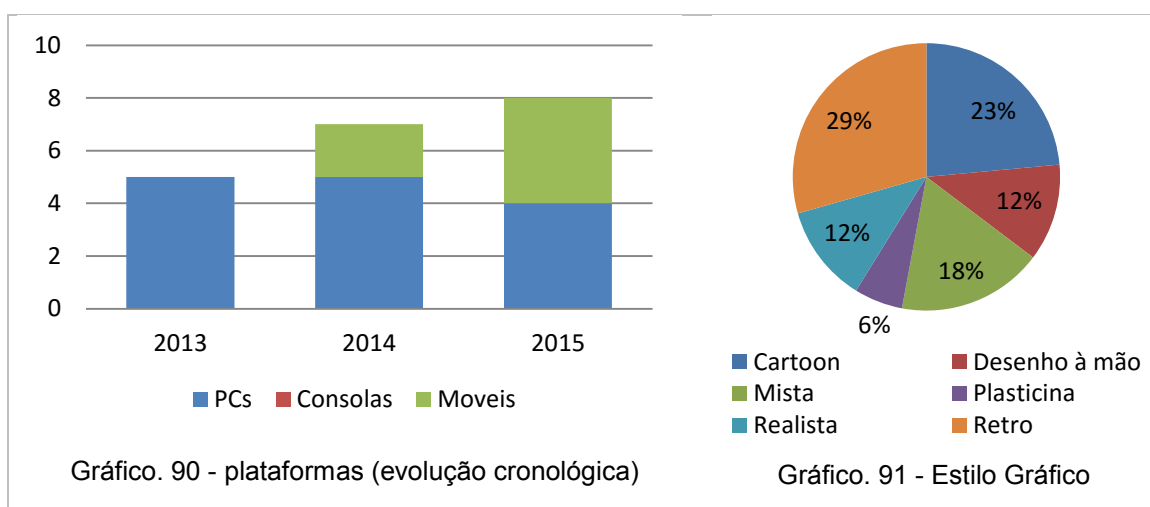


Tabela 27 - Gêneros nos nomeados Excellence in Narrative (IGF)

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	80 Days	88	21	7.5	40	89,83	-
2014	Papers, Please	85	40	8.5	926	81,95	-
2013	Cart Life	79	8	6.2	18	80,83	Sim

Tabela 28 - Receção dos vencedores do prémio Excellence in Narrative nos últimos 2 anos

Realçamos também o facto interessante da progressiva utilização dos dispositivos móveis, principalmente os *tablets*, como relevante para os videojogos com maior foco narrativo sendo que a utilização do ecrã táctil e restantes possibilidades desses dispositivos permitem abordagens criativas à conjugação de narrativa e jogabilidade.

6.2.6 Prémio de inovação (*Nuovo Award*)

Este prémio existe apenas há 6 anos e foi atribuído uma única vez a um videojogo 3D, *Tuning* (Cactus, 2010), que conta com um estilo gráfico geométrico *Retro*. Curiosamente todos os outros premiados foram videojogos 2D com estilo gráfico *Retro* mostrando novamente que é possível inovar ao mesmo tempo que se tem por base a homenagem ao passado da indústria. Em termos de género, foram premiados três videojogos de *Puzzle* com mecânicas de jogo experimentais e também *Nidhogg*, um videojogo competitivo de esgrima. *Cartlife*, uma simulação provocadora do trabalho dos vendedores de rua nos EUA recebeu também reconhecimento. Os videojogos em competição neste prémio destacam-se por apresentar elementos inovadores que podem transcender as tradicionais delimitações por géneros.

Na edição de 2014 este prémio foi atribuído a *Luxuria Superbia* (Tale of Tales, 2013) premiando pela primeira vez um videojogo originalmente criado para dispositivos móveis (iOS).

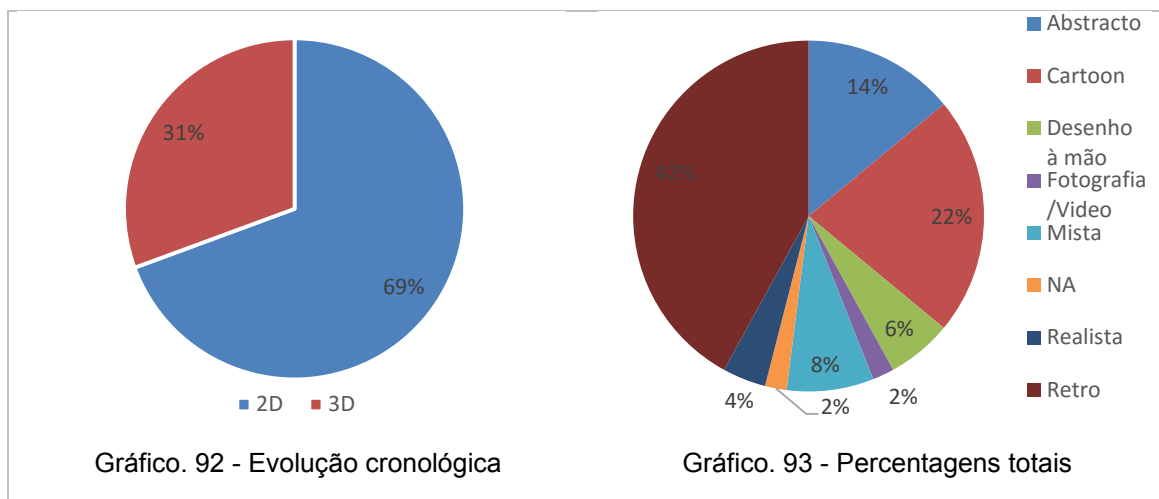


Tabela 29 – Estilos gráficos nos nomeados Nuovo Award (IGF)

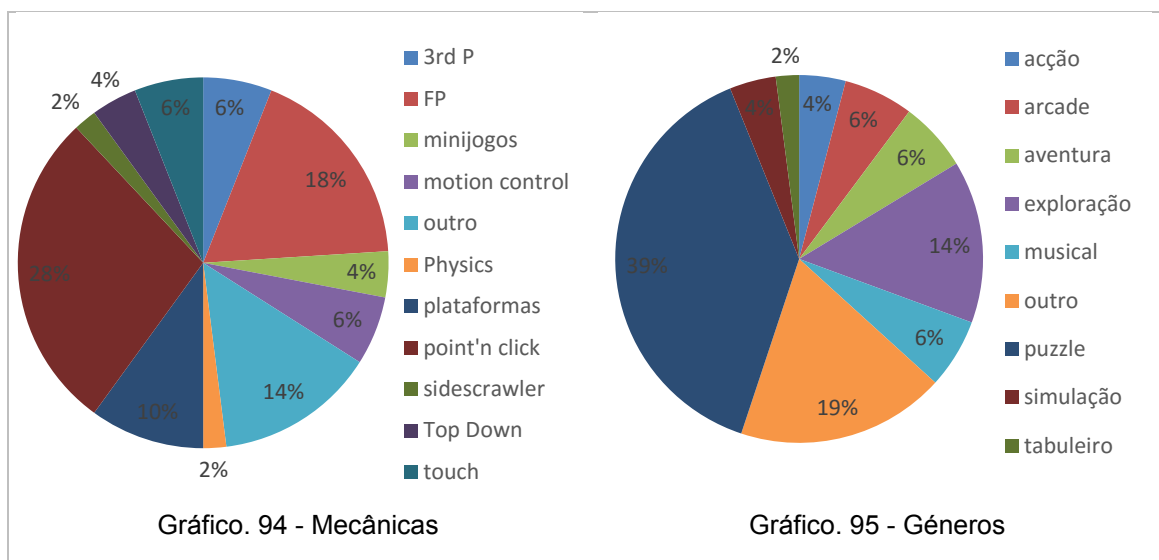


Tabela 30 - Gêneros e mecânicas de jogo nos nomeados Nuovo Award (IGF)

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	Tetrageddon Games	-	-	-	-	-	-
2014	Luxuria Superbia	66	6	-	-	66,67	Sim
2013	Cart Life	79	8	6.2	18	80,83	Sim
2012	Storyteller	Por lançar	-	-	-	-	Sim
2011	Nidhogg	81	42	7.1	90	83,67	Sim
2010	Tuning	-	-	-	-	-	-

Tabela 31 - Receção dos vencedores do prémio Nuovo Award nos últimos 6 anos

Existe uma correspondência próxima entre os premiados no *IGF* e os finalistas do *Indiecade* mas constata-se que apesar dos bons resultados nos festivais são videojogos com aceitação um pouco mais difícil fora desse âmbito. Observa-se que à data de verificação deste estudo (27-10-2015) não existiam sequer críticas suficientes a *Luxuria Superbia* para existir uma *User Score* na sua versão iOS e, a sua posterior versão PC apresenta uma pontuação de 2.6 a partir de apenas 5 avaliações mostrando uma clara falta de aceitação pública relativamente a este videojogo, apesar de ser vencedor do prémio de inovação do *IGF*. *Storyteller* está em desenvolvimento há vários anos e segundo declaração do seu criador no *blog* do projeto²⁷, foi adiado relativamente a outros projetos.

Tetrageddon Games e *Tuning* são dois videojogos sem lançamento comercial sendo o primeiro uma compilação de projetos *open source* e o segundo sobretudo uma experiência artística e com intuito não comercial, disponível conjuntamente com diversas outras no *site* do criador²⁸.

É perceptível que este prémio valoriza sobretudo projetos de inovação numa vertente de experimentação artística mais do que tecnológica e esta abordagem mais vanguardista por vezes afasta estas criações do âmbito comercial.

6.2.7 Prémio do Público (*Audience Award*)

Devido à natureza generalista desta categoria referir-se-ão apenas dados sobre os seus vencedores. Os géneros de *Ação* e *Estratégia* mostram-se os dois mais populares entre o público, contudo, a maioria deles antecede o ano de 2010 verificando-se, nos anos seguintes, uma maior variância entre os géneros premiados. Exclusivamente nesta categoria encontram-se premiados mais videojogos multijogador, esta preferência pode ser indicativa do meio em que os videojogos foram experimentados, num contexto de festival que se presta à colaboração/competição entre vários jogadores. Apesar disso, nas

²⁷ <http://www.storyteller-game.com/>

²⁸ <http://www.cactus-soft.co.nr/>

últimas edições, os vencedores foram videojogos de apenas um jogador. Em relação a estilos gráficos, entre os anos de 1999 e 2007 variaram sempre entre o *Cartoon* e *Realista* sendo que desde 2008 o estilo *Retro* é o mais recorrente.

Pode verificar-se que a receção crítica na *Metascore* neste títulos é bastante elevada sendo um pouco mais baixa na *User Score*. *Minecraft* (Mojang, 2009), extremamente popular com mais de 16 milhões de cópias vendidas nas suas versões de PC/Mac apresenta a pontuação mais alta de críticos deste conjunto mas a mais baixa de utilizadores, juntamente com *Heroes of Newerth* (S2 Games, 2010). Deve-se realçar contudo que tem um número significativamente mais elevado de críticas de utilizadores do que os restantes videojogos analisados.

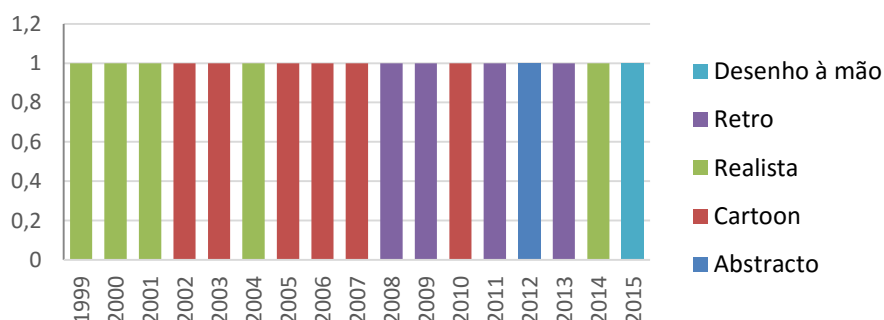


Gráfico. 96 - Evolução cronológica estilo gráfico dos vencedores Audience Award

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	This War of Mine	83	62	8,4	557	83,77	-
2014	The Stanley Parable	88	47	8.0	1480	90,25	-
2013	FLT: Faster than Light	84	42	8.3	1110	93,00	Sim
2012	Frozen Synapse	85	27	7.7	177	87,07	-
2011	Minecraft	93	33	7.4	3171	92,79	-
2010	Heroes of Newerth	76	12	7.4	208	74,62	-

Tabela 32 - Receção dos vencedores do prémio Audience Award nos últimos 5 anos

6.2.8 Grande Prémio (*Seumas McNally Grand Prize*)

Pode-se verificar que em termos de estilo gráfico a maior percentagem de nomeados para este prémio tende para o *Cartoon*. É interessante notar ainda que nos últimos quatro anos o prémio máximo do *IGF* foi sempre atribuído a videojogos com estilo *Retro* e nos três anos anteriores a videojogos com um estilo visual remanescente do *Desenho à Mão*. Só se observa a utilização de gráficos tendencialmente mais *Realistas* de 1999 até 2004 sendo que a evolução tecnológica atual evidencia bastante a passagem do tempo relativamente a estes videojogos. Tal como referido no prémio de Excelência Técnica, esta opção leva a que estes videojogos se mostrem, visual e tecnicamente, bastante desatualizados tendo em conta a qualidade gráfica atual. O facto dos últimos anos mostrarem um claro afastamento desse caminho permite-nos pensar que, ou os criadores Indie desinteressam-se da complexidade exigida por este tipo de abordagem e/ou decidiram não competir diretamente num campo de qualidade gráfica e técnica em que os videojogos produzidos pelos grandes estúdios são aparentemente imbatíveis.

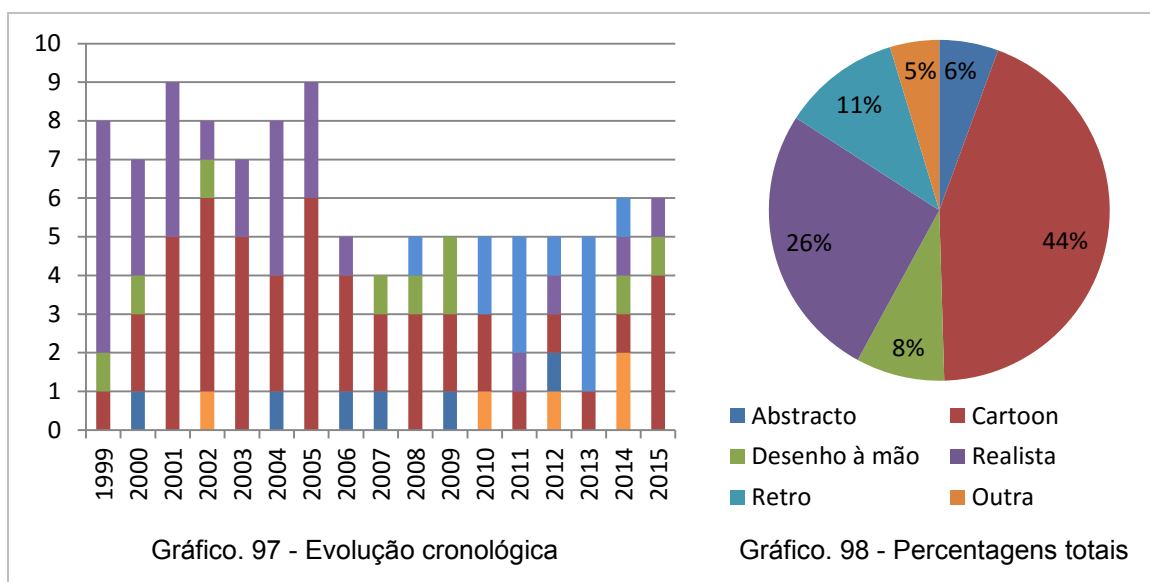


Tabela 33 - Estilos gráficos mais recorrentes nomeados ao Grand Prize

Em termos de jogabilidade, os videojogos de *Estratégia* têm vantagem mas é algo que tem decrescido nos últimos anos do festival enquanto os videojogos de *Aventura* e *Puzzle*, pelo contrário, ganham relevância, ainda que seja um

prémio com bastante variância neste parâmetro. São maioritariamente experiências de um só jogador pelo que pode-se considerar a existência de uma tendência atual para o desenvolvimento de experiências mais contidas e pessoais pondo de lado a aproximação à indústria evidenciada nos primeiros anos do *IGF*.

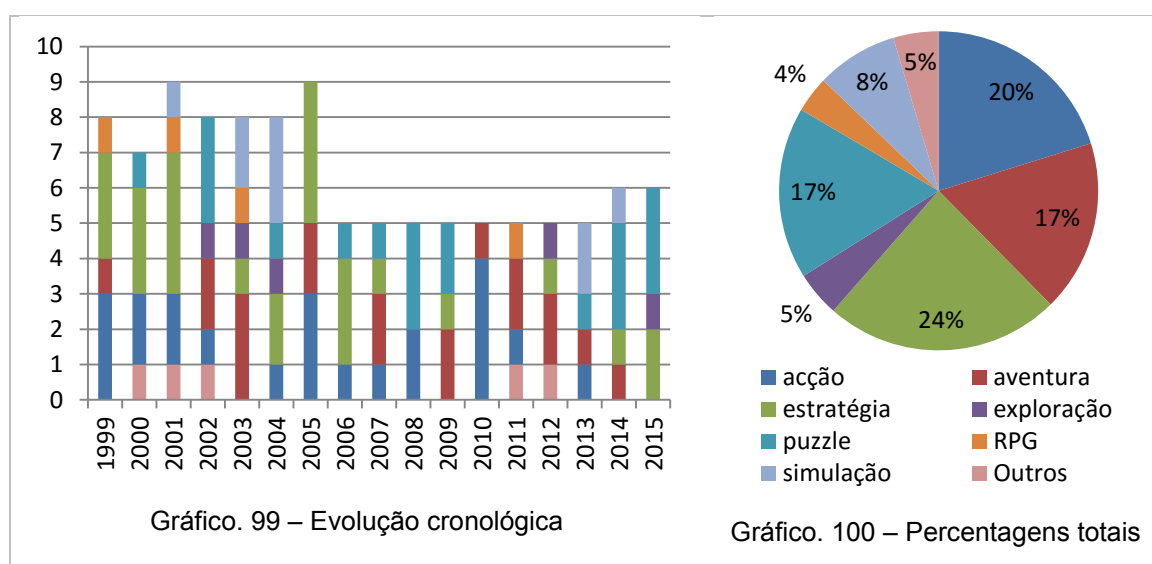


Tabela 34 - Gêneros mais recorrentes nomeados ao Grand Prize

Encontram-se premiados nesta categoria alguns dos videojogos Indie mais populares dos últimos anos com especial destaque para *Fez* e *Minecraft*, o que faz sentido visto tratar-se do principal prémio a concurso.

Ano	Nome	Meta score	Baseado em (nº avaliações)	User Score	Baseado em (nº avaliações)	Game Rankings	Finalista Indiecade
2015	Outer Wilds	-	-	-	-	-	-
2014	Papers, Please	85	40	8.5	926	81,95	-
2013	Cart Life	79	8	6.2	18	80,83	Sim
2012	Fez	91	11	6.5	891	93,50	Sim
2011	Minecraft	93	33	7.4	3171	92,79	-
2010	Monaco	83	47	7.8	186	85,59	-

Tabela 35 - Receção dos vencedores do Grand Prize nos últimos 5 anos

6.3 Conclusões da análise estatística *IGF*

A partir da análise estatística dos dados recolhidos relativamente aos videojogos finalistas do *IGF* podemos verificar a existência de determinadas tendências e particularidades neste segmento.

Estes videojogos caracterizam-se por conceitos fora do comum e uma utilização criativa das mecânicas de jogo transcendendo por vezes géneros rumo a novas experiências. Os géneros de *Puzzle* e *Estratégia* surgem com bastante frequência e em diversas categorias, sendo mais recorrentes do que outros géneros comercialmente populares como os videojogos de *Desporto* ou de *Ação*. A sua jogabilidade foca-se sobretudo em modos de um só jogador e, apenas nos prémios atribuídos pelo público verifica-se maior enfoque em videojogos multijogador. As escolhas do público incidem igualmente em alguns dos títulos Indie que se tornaram posteriormente comercialmente mais bem-sucedidos e populares. Esta correspondência verifica-se também na categoria de *Grand Prize*.

A utilização do estilo gráfico *Realista* tornou-se progressivamente menos relevante para estes criadores visto que o seu foco na criatividade e distinção a partir de estilos visuais únicos leva-os em sentido inverso à procura de um *hiper-realismo* característico dos videojogos AAA. Nesse sentido o estilo *Cartoon* foi o mais recorrente até ao ano de 2007 tendo possibilidades bastante abrangentes e diversificadas em termos de exploração gráfica. Desde então, estilos gráficos alternativos com uma carga ainda maior de experimentação artística, como o *Desenho à Mão* e o recurso a *Técnicas Mista*, têm ganho destaque. O sentido nostálgico do estilo *Retro* tem sido também bastante relevante nos últimos anos tendo-se tornado um dos estilos mais característicos e identificáveis do movimento Indie. Evidentemente, estas categorizações não são fechadas sendo que o recurso ao *Desenho à Mão* ou a uma *Técnica Mista* não significa que os personagens ou cenários não possam ter simultaneamente um aspeto *Cartoon* ou *Retro*.

O afastamento progressivo relativamente a estilos gráficos mais *Realistas* é coincidente com uma maior utilização de grafismo 2D que, mais uma vez num

sentido inverso à restante indústria, mostra ser o preferido dos criadores Indie, tanto em termos de estilo gráfico como também por base da sua jogabilidade.

O aspeto narrativo começa a ser cada vez mais importante também nos videojogos Indie e caracteriza-se por abordagens mais intimistas quer na sua forma quer no seu conteúdo. Utilizam a jogabilidade e enquadramento temático como formas de comentário social ou exploração narrativa centrados maioritariamente fora do âmbito do género da *Ação*. Fazem-no contrastando claramente com o que é mais comum nos videojogos AAA que apresentam uma aproximação temática e formal aos filmes de *Ação* de Hollywood. Surgem assim videojogos inovadores e difíceis de categorizar alargando a experiência base de géneros tradicionalmente narrativos como as *Aventuras Point n' Click*.

São videojogos com uma boa receção pública mas sobretudo crítica que ronda em média os 8 valores em 10 segundo pontuação agregada do *site Metacritic*. A inovação nos videojogos independentes não advém, na maioria das vezes, do uso de tecnologia mas toma forma, sobretudo, numa componente de experimentação artística. Alguns conceitos de jogo finalistas do *IGF* parecem, por vezes, afastar-se demasiado do gosto ou interesses dos jogadores, tendo uma aceitação global, pós-festival, mais difícil. Certos protótipos nomeados ao prémio de inovação não chegam sequer a ser concluídos ou lançados comercialmente, o que mostra que, apesar de teoricamente a inovação ser sempre desejável, acarreta também um maior risco de insucesso, seja na criação de um videojogo como um produto completo seja na sua capacidade comercial.

Os videojogos em competição são maioritariamente desenvolvidos para PC marcando uma presença mais limitada, mas crescente, nas consolas. Por outro lado, os dispositivos móveis relevam-se cada vez mais como plataformas relevantes para a criação independente, que faz bom uso das especificidades desses dispositivos como elementos integrantes de jogabilidade inovador.

Torna-se evidente que os videojogos Indie distinguidos no *IGF* mostram um progressivo afastamento relativamente à restante indústria apostando sobretudo em abordagens mais criativas ou artísticas.

Conclusões da 3ª parte

A realização de dois estudos estatísticos distintos entre si permitiu termos uma abordagem alargada e complementar do fenómeno dos videojogos Indie. O inquérito realizado permitiu-nos confirmar que a compreensão do conceito de Indie é, por vezes problemática, sendo mais fácil definir o que não é Indie do que o que de facto é. Apesar disso, a definição mais aceite pelos inquiridos relativamente ao termo *Indie* parte do princípio de referir-se a videojogos criados individualmente ou a partir de pequenas equipas. Desta forma, a perceção pública dos inquiridos sobre este tema é coincidente com a abordagem que consideramos mais correta no âmbito desta investigação: Indie deve referir-se simplesmente a um modelo de produção. Ainda assim é um modelo que tem a si associado um carácter potencializador de projetos mais criativos e intimistas. Apesar de serem tendencialmente inferiores em termos de escala e complexidade técnica comparativamente com o tipo de videojogos produzidos pelos grandes estúdios, tornam-se experiências mais compactas mas significativas.

Os inquiridos no nosso estudo consideraram os videojogos Indie como mais simples mas também mais criativos no que toca à sua jogabilidade considerando também que a sua inovação nesse aspeto é um dos pontos fundamentais que os destaca. Essa ideia vai de encontro aos dados apurados na análise estatística ao *IGF* em que percebemos que, além disso, a maioria dos videojogos a concurso são 2D e destinados apenas a um jogador mostrando-se focados em conceitos originais que conduzem e delimitam a jogabilidade, eliminando tudo que é acessório. Percebemos contudo, que a inovação nem sempre é bem aceite pelos jogadores e que os videojogos com uma experimentação artística mais profunda, que se aproximem a *Art Games*, poderão ter uma tendência a tornarem-se fundamentalmente não comerciais e destinados apenas a um nicho, não sendo apreciados ou sequer conhecidos pela generalidade dos jogadores. Isto significa alguma resistência do público relativamente a propostas realmente diferentes mas também, por outro lado, que o facto de uma ideia ser inovadora nem sempre é sinónimo de uma boa jogabilidade e satisfação do jogador.

O estilo *Cartoon* é o mais recorrente nos videojogos Indie mas têm sido cada vez mais valorizados pelos júris do IGF estilos distintos a partir de *Desenho à Mão* e *Técnica Mista*. O 3D foi progressivamente perdendo relevo entre os candidatos ao festival e acaba por praticamente fazer-se notar apenas quando usado de formas alternativas, em oposição à sua utilização comum, e mais realista, nos videojogos AAA. O grupo de inquiridos mostrou reconhecer visualmente os videojogos Indie sobretudo a partir da sua vertente mais *Retro* e *Cartoon*. O estilo *Retro* é muito utilizado nas produções Indie e é uma boa forma de contornar limitações na produção de videojogos, mas a sua utilização excessiva fá-lo tornar-se uma espécie de estereótipo Indie. Ainda assim, e tal como verificado pelas nomeações no IGF, ainda é possível inovar e ser criativo ao mesmo tempo que se homenageia o passado. Os inquiridos consideram que os videojogos Indie são tecnicamente inferiores na sua componente visual ainda que compensem esse facto com abordagens criativas que poderão até ser consideradas esteticamente superiores. Ainda assim não existe uma clara preferência do público entre videojogos visualmente realistas e outros com estilos mais incomuns, até porque alguns desses estilos mostram melhor aceitação que outros.

A questão da narrativa não é, para os inquiridos, uma exigência em videojogos Indie mas, quando existe, surge como intimista e criativa. O prémio *Excellence in Narrative* reflete isso mesmo com videojogos com temas abrangentes e narrativas contadas de formas não cinematográficas, novamente contrariando o que é normalmente feito nos videojogos AAA. Normalmente a narrativa é utilizada, no segmento Indie, de forma criativa e como parte integrante da jogabilidade e não apenas como uma contextualização à ação do jogador.

Por fim, relativamente à questão do autor de videojogos, percebe-se que apenas alguns dos nomes mais famosos da indústria são maioritariamente reconhecidos pelos inquiridos e, dessa forma, a obra de um autor não é ainda considerada um critério relevante no momento de aquisição de um videojogo. Por outro lado, tanto um estudo como outro mostra uma valorização da criatividade e de uma visão única transcrita num videojogo, o que mostra que uma aposta nesse tipo de criações é desejável e pertinente.

4ª Parte:
Estudo Empírico

7. A criação Indie – Estudo Empírico

Desenvolver um videojogo é uma tarefa que tem vindo a ser progressivamente simplificada devido à disponibilização de motores de jogo como o *Unity*, *Unreal*, *Game Maker*, entre outros. A partir de um custo acessível, ou até de forma gratuita, tem-se facilmente acesso a ferramentas profissionais que servem de suporte ao desenvolvimento de videojogos. Isto torna-se um incentivo para quem dá os primeiros passos na área e a informação tutorial disponível *online* é uma boa ajuda para produzir as primeiras experiências e tirar dúvidas de temas mais específicos ou mais avançados. Conjuntamente com estes meios, a facilidade de publicação nas plataformas de distribuição digital abre o caminho para disponibilizar o conteúdo criado no mercado global. Estas circunstâncias são, de facto, propícias ao desenvolvimento de um número elevado de videojogos a partir de profissionais mas também por estudantes ou até por *hobby*.

Ao mesmo tempo é notório que, devido a essa abertura, uma parte considerável dos videojogos produzidos e lançados nessas plataformas são extremamente simples e, muito frequentemente, cópias de ideias e conceitos exaustivamente repetidos. Seja por inexperiência ou falta de criatividade, muitos videojogos criados e lançados nestas plataformas comerciais têm, de facto, pouca qualidade. Se na *Steam* e *App Store* podemos considerar que ainda existe um relativo controlo em termos qualitativos relativamente ao que é aprovado para ser disponibilizado ao consumidor, na *Google Play* a publicação de aplicações ou videojogos é praticamente livre. É assim normal que um criador sinta a vontade de disponibilizar ao mundo as suas experiências, ainda que, muitas vezes, não sejam criativa ou comercialmente relevantes. O panorama geral incentiva essa postura com muitas aplicações e videojogos de baixa qualidade. O exemplo do sucesso alcançado por *Flappy Bird*, que no início de 2014 tornou-se um fenómeno viral com receitas diárias em publicidade com um valor estimado de cerca de 50 mil dólares (Hamburger, 2014) é certamente estimulante. A sua jogabilidade e estilo gráficos são básicos mas ainda assim torna-se viciante pelo seu grau extremo de dificuldade. Neste contexto será fácil de imaginar a esperança de jovens criadores de videojogos

em conseguir um sucesso semelhante com um projeto que não demonstre uma grande complexidade técnica.

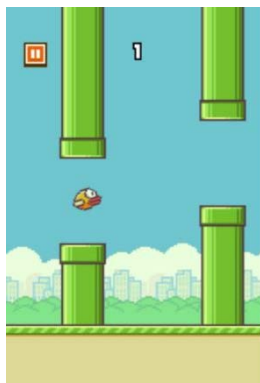


Fig. 83 - Flappy Bird (Dong Nguyen, 2013)

Captura de ecrã

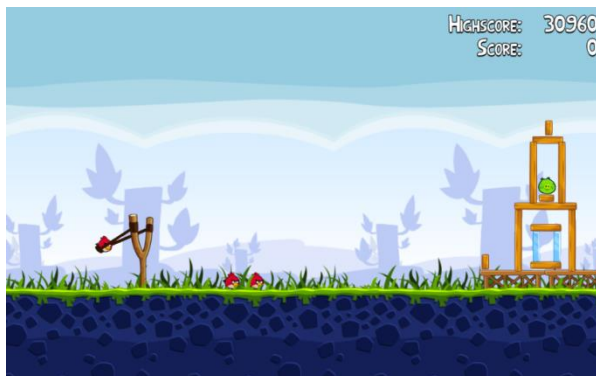


Fig. 84 - Angry Birds (Rovio Entertainment Ltd., 2009)

Captura de ecrã

Angry Birds é outro exemplo de sucesso comercial em plataformas móveis. Criado pelo estúdio finlandês *Rovio Entertainment Ltd.* Tornou-se uma marca global de entretenimento com diversos videojogos, *merchandising*, séries e um filme animado. Foi um dos primeiros e maiores casos de sucesso nas plataformas móveis beneficiando em muito da novidade do lançamento do primeiro modelo de *iPad* e restantes tablets, tornando-se um dos títulos mais populares neste tipo de dispositivos. Apesar disso, o estúdio já existia desde 2003, sob o nome *Relude*, e tinha já lançado 51 videojogos (Takahashi, 2013). Nesta perspetiva torna-se mais perceptível que apesar da tendência de recordar apenas os casos de sucesso, esses, não são a norma mas sim a exceção.

Este panorama não é exclusivo dos videojogos desenvolvidos para dispositivos móveis. Segundo estatísticas da principal plataforma de distribuição digital de videojogos para computadores pessoais, a *Steam*, desde Janeiro de 2013, as vendas têm estado em constante queda (Galyonkin, 2015). O programa *Greenlight* (2012), que visa uma aprovação a partir dos utilizadores para futuros videojogos a figurar na loja, não contribuiu positivamente para esta situação. Apesar da sua inclusão ter implícita um critério de escolha por mérito, a velocidade inicial de aprovação era baixa, tirando hipóteses de entrada na loja a muitos criadores independentes. Desde então a plataforma tem-se

tornado cada vez mais aberta tendendo a evoluir para uma lógica de publicação livre (Grubb, 2014). O programa complementar *Early Access*²⁹ facilitou novamente a publicação e até financiamento prévios mas, por disponibilizar videogames ainda em desenvolvimento, a qualidade de conteúdos e interesse dos jogadores nos mesmos pode ter tendência a diminuir.

A quantidade de estúdios e criadores de videogames independentes existente no mercado leva a que as hipóteses de visibilidade e sucesso sejam cada vez escassas e apenas os grandes estúdios ou editoras têm possibilidade de proceder ao investimento necessário em termos de marketing para conseguir fazer-se destacar. Fala-se portanto de um iminente *crash* na produção independente de videogames ao que Sergey Galyonkin chama de *Indiepocalypse* (2015).

Mirko Ernkqvist (2006) Identifica três fatores principais para que este tipo de situação aconteça:

- A tecnologia de desenvolvimento disponível, mais fácil e acessível a qualquer pessoa.
- A abertura dos mercados que disponibiliza, nas mesmas plataformas de distribuição digital videogames de qualidades díspares, de profissionais, a estudantes e amadores.
- A falta de diferenciação de conteúdos que leva a um progressivo desinteresse e desvalorização dos mesmos.

Esta análise e identificação de fatores de Ernkqvist antecede porém o conceito de *Indiepocalypse* em alguns anos, o que mostra que este fenómeno tem acontecido repetidas vezes na história dos videogames. Desde as inúmeras cópias de *PONG* em 1983, aos videogames para ZX-Spectrum em 1989 e, mais recentemente, ao declínio dos videogames *Flash* e aos videogames inseridos em *sites* e redes sociais, ciclicamente, alguns segmentos de mercado são extintos.

Desses três fatores, os dois primeiros correlacionam-se diretamente com a atual produção independente e o terceiro parece ser contraditório com ela,

²⁹ Disponibilização aos jogadores, mediante compra antecipada, de videogames ainda em desenvolvimento.

mas, na verdade, não o é. Tal como já clarificamos anteriormente, é contraditório apenas com o conceito de *espírito Indie* que se correlaciona com as questões de expressão artística, mas não o é se considerarmos o desenvolvimento independente apenas como uma forma de produção.

Estes repetidos eventos devastadores de segmentos da indústria mostram que o foco no desenvolvimento em cópias e repetição de ideias não demonstram ser o melhor caminho para a sustentabilidade a longo prazo no que toca aos pequenos estúdios. Em vez disso, uma adaptação às novas realidades e constante busca pela diferenciação deverão ser os caminhos mais adequados.

Ao mesmo tempo, a abertura desta indústria leva a que qualquer pessoa que desenvolva um videogame possa, se assim o entender, considerar-se Indie. Mas para ser um criador/estúdio independente não será necessário fazer-se realmente parte da indústria? Ter um negócio profissional e economicamente viável? Na realidade muitos criadores independentes são apenas amadores, não necessariamente em termos da qualidade do trabalho feito, mas da transformação do mesmo num negócio. Através da comparação com a área da Fotografia, Galyonkin explica esta dinâmica:

“Gosto de tirar fotografias, é um hobby recompensador mas nunca me atreveria a chamar a mim mesmo de indie porque não o encaro de forma suficientemente séria, sou um amador... estão a queixar-se de 6 mil criadores na Steam? Tentem competir com 2 mil milhões de fotógrafos a tirar dezenas de milhares de fotografias a cada dia!”

(2015)

Hoje, mais do que nunca, muita gente tem acesso a equipamentos que permitem fotografar com grande qualidade. A fotografia é um *hobby* cada vez mais apreciado, com muitos portais e exibição online. Ainda assim, são muito poucos os fotógrafos que ganham a vida profissionalmente a partir da fotografia. Deve-se perceber por isso a diferença entre o *hobby* ou criação amadora e a profissionalização, mesmo num tipo de produção independente. Como em qualquer negócio, a comunicação e marketing são partes

extremamente importantes para o sucesso do mesmo. Estes aspetos e outros mais burocráticos, económicos e estratégicos não estão nos interesses de muitos criadores de videojogos pois o seu desejo passa simplesmente pela criação. Dessa forma a produção independente dificilmente salta a barreira do que é amador para profissional.

No momento presente em que o mercado é dominado por grandes empresas tanto nos dispositivos móveis como nos PCs e consolas, os videojogos mais vendidos são praticamente exclusivos dos grandes estúdios e de outros menores, Indie, que afastam-se progressivamente do modelo de produção que se mostrava característico dos mesmos. Considerando que parte das equipas seja exclusivamente responsável por áreas complementares como marketing e gestão e outra parte por colaboradores dedicados à produção, progressivamente mais complexa e com maior necessidade de mão-de-obra, o orçamento envolvido nestes estúdios fá-los posicionar-se num novo segmento. Está a meio termo entre os Indie e AAA e, por isso, têm surgido menções como *AAA Indie* ou como Morgan Jaffit chama, *Triple-I*, (2015). Se este caminho realmente vier a consolidar-se será de esperar que os orçamentos de desenvolvimento destes estúdios tornem-se cada vez mais elevados repetindo de certa forma o percurso feito pelos estúdios AAA. Mas, como já vimos, custos mais elevados levam tendencialmente a uma diminuição da tomada de decisões de risco e, conseqüentemente, uma menor aposta na criatividade. Isto leva a um afastamento do que fez com que o movimento independente se distinguisse e conquistasse o seu lugar no mercado de videojogos.

Na análise mais otimista de Ryan Clark, estes problemas não são novos e são em parte até considerados *mitos*, sendo que o desenvolvimento de videojogos originais e de qualidade sobressairá sempre entre a grande quantidade de outros que não a têm (2015). O investimento em marketing e publicidade eficazes poderá não estar ao alcance da maior parte dos estúdios independentes mas outras formas gratuitas de comunicação sim. A divulgação online em redes sociais, *sítes* e fóruns é uma das vias, a colaboração com *youtubers* e outros media é outra. As solicitações nalguns casos são enormes e por isso surge novamente o problema da visibilidade mas, a partir da criação

de conteúdos originais e interessantes e com um olhar atento e profissional relativamente a formas de potencialização da divulgação e de estabelecimento de parcerias, as hipóteses de sucesso aumentarão exponencialmente. Esse tipo de relação é construída com o tempo por isso é expectável que estúdios que já tenham lançado um videojogo ou mais, tenham mais possibilidades de, a partir dessa experiência, evoluir e adaptar-se com vista a conseguir melhores resultados em próximas tentativas (Galyonkin, 2015). Esta indústria não poderá ser feita apenas de estúdios e *start-ups* a dar os seus primeiros passos, é necessário que alguns deles persistam e se profissionalizem, ainda que isso não signifique que tenham que deixar de apostar na criatividade e inovação. Essa característica é vital para que continuem a ser relevantes e consigam uma sustentabilidade de produção e liberdade artística como as defendidas no *Scratchware Manifesto* de Greg Costikyan.

Apesar de todas as dificuldades, o contexto atual é muito mais propício e aberto ao desenvolvimento Indie que traga propostas diferentes e originais do que até 2004 quando ainda nem existiam as plataformas de distribuição digital que temos hoje em dia (Clark, 2015). Assim, a criatividade, inovação e experimentação artísticas continuam a mostram-se como um caminho viável a partir de estratégias comerciais que permitam a sustentabilidade do estúdio. Alexander Zacherl sugere algumas estratégias, seja com a aposta em diversas plataformas e portfólio variado feito de títulos mais rápidos de produzir, ou na aposta pelo financiamento próprio garantido a partir de projetos intermédios subcontratados por outras empresas (2015).

Estas e outras alternativas foram tidas em conta neste estudo empírico que visa demonstrar, de forma prática e em primeira pessoa, as ocorrências, escolhas e processos de trabalho dentro de um estúdio independente. Relataremos também o desenvolvimento de um conjunto de videojogos com uma evolução lógica, estrutura e estratégia que visa não só a sustentabilidade e as condições necessárias à criação de conteúdo com carácter autoral mas também uma evolução conceptual e artística nesse sentido.

7.1 O Estúdio Indie RtW Imaginary Labs

No decurso deste trabalho de investigação surgiu o desejo e a oportunidade de formar um estúdio de produção de videojogos a que chamamos *RtW Imaginary Labs*. Este projeto surgiu em Maio de 2013, formado por dois membros, João Alves de Sousa como artista e designer e Pedro Mendes como programador.

RtW (de *RtW Imaginary Labs*) é uma sigla para *Reinventing the Wheel*. A ideia deste nome é humorística e irónica, exagerando a importância do trabalho desenvolvido mas, por outro lado, ideológica, mostrando a vontade de sair da norma e desenvolver videojogos que se destaquem pela sua criatividade.

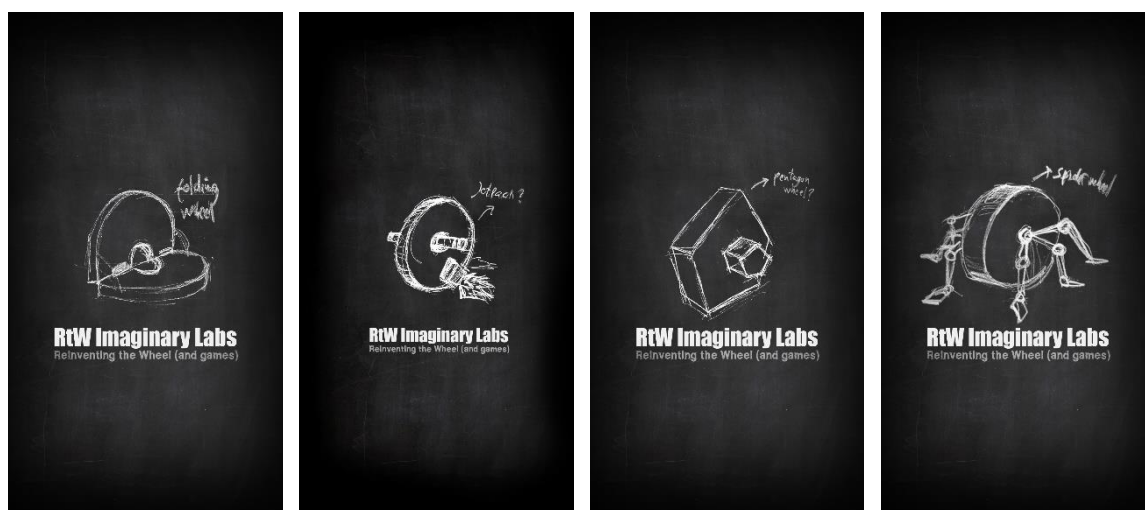


Fig. 85 - Logótipos do estúdio *RtW Imaginary Labs*

Tal como já referimos, o desenvolvimento Indie advém frequentemente de fontes de investimento e do tempo dos seus próprios criadores que marca uma linha, por vezes ténue, entre o desenvolvimento sustentado e profissional ou o *hobby*. Este projeto surgiu maioritariamente de forma amadora, trabalhando apenas nos tempos livres com a motivação de desenvolver um trabalho criativo e aprender novas ferramentas. Foi também uma oportunidade de aplicar empiricamente os conceitos decorrentes desta investigação.

Encarando o estúdio progressivamente de forma mais séria e profissional, investimos mais tempo nos projetos em desenvolvimento e procuramos formas de financiamento. Começamos também a divulgar publicamente os nossos

videojogos e, entre 2014 e 2015, participamos em várias mostras públicas, conjuntamente com outros criadores nacionais e internacionais, em eventos como a *Lisboa Games Week*, *Comic-Con Portugal* e *Pocket Gamer Connects London*. Recebemos elogios, críticas, conselhos, relatórios de viabilidade comercial e começamos a compreender mais a fundo, e de forma prática, o funcionamento desta indústria.

Para que este projeto se torne a principal atividade profissional dos envolvidos ou que, pelo menos seja uma forma de desenvolvimento de trabalho autoral é preciso que se torne economicamente viável. Desta forma o estudo atento do panorama atual, das dificuldades e oportunidades tem sido a base para uma estratégia de sustentabilidade. Apesar de ser um mercado global em que a localização geográfica de um estúdio não é determinante do seu sucesso, países como os EUA, Japão, Coreia, Suécia e Finlândia têm mostrado bons resultados nesta área. Em Portugal, e como forma de contextualização deste estudo empírico, devemos perceber que existe uma história relativamente longa no que toca ao desenvolvimento de videojogos, como pode ser visto em *Videojogos em Portugal História, tecnologia e Arte* (Zagalo, 2013). Apesar disso não existem muitas empresas que tenham provado ser sustentáveis a longo prazo nem exemplos de videojogos desenvolvidos que tenham obtido reconhecimento e êxito global. Se nos trinta anos passados entre 1982 e 2012 temos registo de pelo menos 355 videojogos criados em Portugal (2013, p.196), desde então o ritmo de produção nacional aumentou exponencialmente contando em 2015 com mais de 50 estúdios ativos³⁰. Apesar disso, poucos são os projetos sustentáveis, sendo que a grande maioria deles surge apenas de desenvolvimento amador.

Para compreender melhor a produção de videojogos em Portugal elaboramos um inquérito destinado aos criadores portugueses do qual obtivemos 84 questionários respondidos. Os resultados desse estudo foram publicados num artigo realizado para a Revista PUSHSTART (Sousa, 2015) e que disponibilizamos no Apêndice 4.

³⁰ Catálogo de estúdios portugueses de videojogos activos em 2015 disponível em <<http://www.thegamedevcamp.pt>>

Pela análise dos dados verificamos que 93% das respostas surgiram de inquiridos do sexo masculino com idades compreendidas principalmente entre a faixa etária dos 25 aos 34 anos (54%) seguida dos 18 aos 24 anos (33%). Percebe-se portanto que os videojogos em Portugal são maioritariamente desenvolvidos por homens dos 18 aos 34 anos, o que denota juventude mas, possivelmente também um grau de experiência não muito alargado. 39% dos inquiridos afirmam que o desenvolvimento de videojogos é a sua atividade profissional exclusiva, ainda que, de forma próxima, outros 35% considerem ser apenas um projeto dos tempos livres. Relativamente a financiamento, uma grande maioria parte de capitais próprios ou ausência de capitais. Relativamente a retorno financeiro obtido com um videojogo, quase metade afirma não ter tido qualquer tipo de retorno enquanto apenas 15% obtiveram um valor superior a 10.000 €.

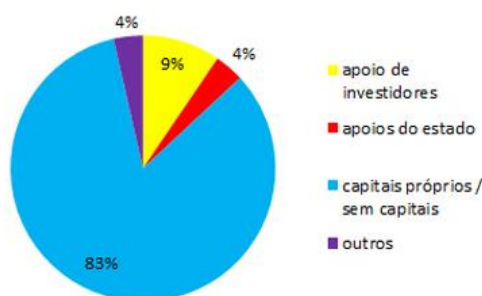


Gráfico. 101 - Fontes de financiamento de estúdios portugueses de videojogos

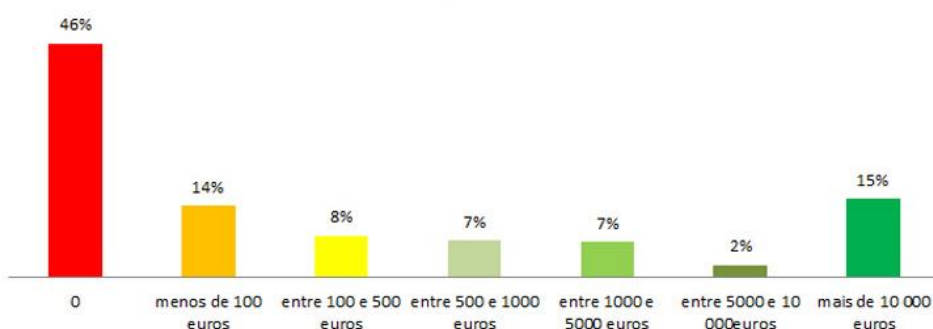


Gráfico. 102 - Retorno financeiro de estúdios portugueses de videojogos

Em termos de equipas de desenvolvimento, 32% dos inquiridos referem ter 3 a 5 membros e 25% apenas 1. As plataformas mais escolhidas para publicação de videojogos em desenvolvimento são os dispositivos móveis iOS e Android com mais de metade das respostas, seguindo-se os PCs. 90% dos inquiridos

participaram no desenvolvimento de mais do que um videojogo sendo os 3 a 5 videojogos o segmento com maior percentagem. Apesar disso 74% participou em projetos que não foram concluídos.

É perceptível, por estes dados, que apesar de existir uma progressiva vontade de desenvolver videojogos profissionalmente em Portugal, isso é algo que ainda não acontece na maioria dos casos, ou que não é feito de forma sustentável. A *RtW Imaginary Labs* não é exceção, ainda que, estratégica e criativamente, procuremos um caminho diferenciador e bem-sucedido.

Descreveremos de seguida os projetos em produção pelo estúdio, a experiência do desenvolvimento de cada um deles e a sua ligação com os pressupostos da investigação paralela aos mesmos.

7.2 Free that Fish – um videojogo criativo

Este projeto surgiu, como tantos outros, a partir de uma conversa num almoço em que ambos os intervenientes mostraram vontade de fazer trabalho criativo a partir de um projeto próprio. Tínhamos já trabalhado juntos como colaboradores numa empresa de animação digital e efeitos visuais em que vários projetos não chegaram a ser concluídos. A partir dessa experiência decidimos que o nosso foco num novo projeto partiria das nossas ideias e do que realmente gostaríamos de fazer. Sendo a nossa primeira experiência neste campo, o objetivo primário passava simplesmente pelo desenvolvimento de um videojogo do início ao fim, a partir de um conceito que agradasse a ambos, sem pensar aprofundadamente nas suas implicações.

A decisão relativamente à plataforma para qual desenvolver foi direta sendo que à data, em 2013, e como se verificou também pelo posterior inquérito da *Revista PUSHSTART* (SOUZA, 2015), fazer um videojogo para dispositivos móveis parecia ser a forma mais simples de chegar aos consumidores. Além disso, devido à natureza desses dispositivos e do seu perfil de utilização, era possível desenvolver um projeto simples sem que parecesse inacabado ou demasiado limitado. Utilizamos o *Unity* como motor de jogo devido à sua

disponibilização de licenças gratuitas, à sua facilidade de exportação para diferentes plataformas e ainda devido ao suporte e tutoriais disponíveis *online*. De acordo com as competências da dupla, procedemos a uma divisão simples de tarefas com conceito, design de níveis, grafismo e animação a cargo de João Alves de Sousa e programação por Pedro Mendes.

Free that Fish foi o primeiro projeto que desenvolvemos, um videojogo de *Puzzle 2D* que partiu de uma ideia pessoal já antiga mas que não tinha sido concretizada por falta de conhecimentos em programação. A primeira conversa casual sobre o projeto aconteceu no dia 7 de Março de 2013 a que se seguiu um primeiro esboço e protótipo funcional apenas um dia depois. Em cerca de três meses de trabalho nos tempos livres chegamos a uma versão *alpha* de *Free that Fish* com vários níveis e as principais mecânicas de jogo implementadas.

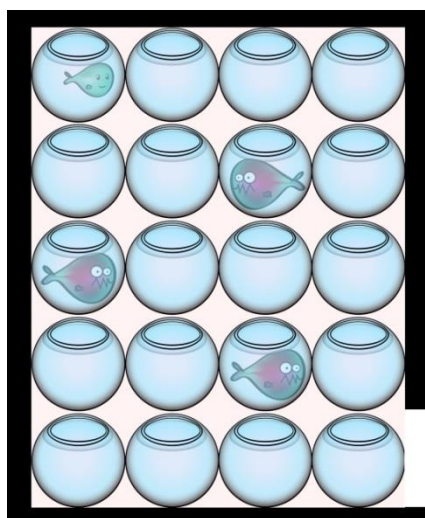


Fig. 86 - Free that Fish - esboço preliminar (2013)



Fig. 87 - Free that Fish captura de ecrã (2015)

O conceito base deste videojogo passou por criar uma espécie de labirinto dinâmico e interativo que um personagem animado, neste caso um peixe, percorreria automaticamente desde que o caminho permitisse a sua passagem. O funcionamento básico tem alguma inspiração em *Pipe Mania* (The Assembly Line, 1991) em que girando vários tubos devia conduzir-se um curso de água. Ao longo dos anos foram feitas várias versões e variantes deste conceito sem

nunca se afastar demasiado do conceito original. As semelhanças *em Free that Fish* surgem da mecânica base de girar peças como forma de criar um caminho dentro de um labirinto até à sua meta/saída. No caso de *Free that Fish* essas peças são aquários e o facto de se conduzir um personagem animado e dos obstáculos tomarem a forma de outros personagens e aquários, abre não só um potencial mais abrangente em termos de jogabilidade, como dá mais vida e dinâmica ao conceito de jogo. Assim, a partir de uma grelha base de 3 por 5 espaços, representados por aquários por onde o protagonista irá saltar, cada nível apresenta um quebra-cabeças labiríntico de como levar o peixe até à saída.

A escolha de dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*) como os sistemas de jogo de *Free that Fish* foi determinante para o desenvolvimento da sua jogabilidade. Tentamos aproveitar todo o potencial desses dispositivos não só como plataformas generalistas mas como dispositivos com um conjunto de componentes tecnológicos que poderiam ser criativamente utilizados como a melhor forma de jogar este videojogo específico e surpreender continuamente o jogador. A utilização de botões, comandos analógicos, rato, ou movimentos não se mostrava a mais prática para o tipo de jogabilidade a desenvolver. O conceito teve então por base a utilização de um ecrã táctil que permitisse, de forma simples e direta, a seleção e interação com qualquer um dos quinze aquários que compõe cada puzzle base. A escolha dessa estrutura de grelha surgiu por termos verificado ser a mais prática em termos da utilização das proporções dos ecrãs tendo o maior número possível de elementos de jogo e mantendo simultaneamente um tamanho razoável de seleção de cada aquário. Ao mesmo tempo um número limitado de espaços permite determinar mais facilmente as hipóteses de escolha do jogador e assim construir cada desafio de forma mais premeditada e focada.

O primeiro protótipo funcionava com uma rotação do aquário de 45° no sentido dos ponteiros do relógio tendo assim 4 posições sequenciais possíveis: cima, direita, baixo, esquerda. O puzzle e sua resolução surgiam da disposição dos aquários em diferentes direções sendo que o peixe passa automaticamente de um aquário para o outro através da sua abertura de topo. Este tipo de

jogabilidade baseada somente em toques, quase como *cliques* (*tap*), era funcional e de simples utilização mas mostrava-se algo artificial levantando-se a questão de não existir uma razão lógica para os aquários só rodarem no sentido dos ponteiros do relógio.

Apesar de funcional e, de mais simples execução, decidimos mudar o tipo de *input* de forma a dar uma maior flexibilidade de decisão ao jogador podendo decidir qualquer direção por onde seguir. Após testar várias alternativas chegamos à conclusão que a mais intuitiva e flexível passaria por deixar o jogador decidir o caminho a partir de um toque em cada aquário que o seleciona e um deslizar (*swipe*) do dedo na direção pretendida a partir das quatro posições possíveis.

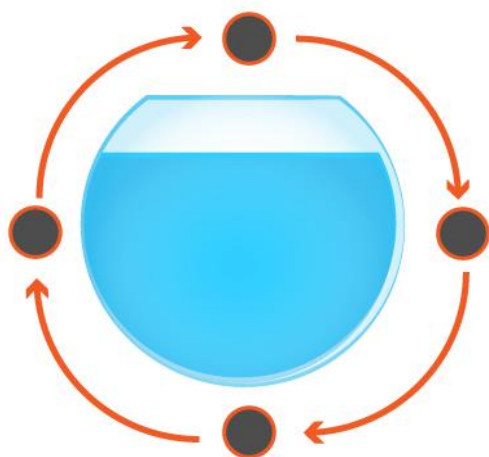


Fig. 88 - Free that Fish (Protótipo) Input baseado em touch/tap

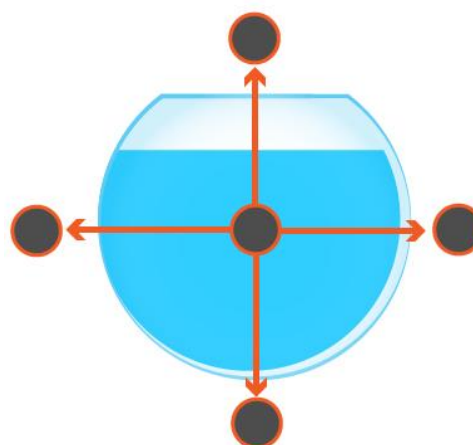


Fig. 89 - Free that Fish (Final) Input baseado em touch e swipe

De forma a criar um desafio interessante vão sendo introduzidos progressivamente elementos diferenciadores que aparecem como obstáculos mas poderão também ser utilizados de formas alternativas. Nesse sentido e também como um dos pontos originais que apresentamos, o desafio não resulta apenas de *peixes inimigos* com habilidades caricaturadas com base nas suas referências reais mas, também a partir de diferentes tipos de aquários. Assim cada elemento distingue-se dos outros não só por uma opção de variedade visual mas principalmente como representação direta de diferentes tipos de propriedades e mecânicas. Surgem assim, por exemplo, *peixes balão*

que enchem à medida que são movidos até bloquearem um aquário e *peixes-espada* que podem ser utilizados para rebentá-los mas que também podem ferir o herói. Em termos de aquários surgem alguns fechados e outros que vão pingando até perder a água. Realçamos ainda os aquários rachados que após partirem deixam um espaço vazio que pode ser aproveitado pelo jogador para reposicionar os restantes elementos através da movimentação física do dispositivo, o que expande consideravelmente a jogabilidade. A combinação entre os peixes e aquários leva a um número extenso de possibilidades de puzzles/labirintos que se optou por serem gerados manualmente de forma a garantir desafios interessantes.



Fig. 90 - Free that Fish - Personagens e aquários

Para motivar jogadores com diferentes graus de experiência foram introduzidas *estrelas-do-mar*, como elementos a colecionar para garantir a melhor pontuação. Damos assim a hipótese de que cada nível possa ser relativamente fácil de concluir mas apanhar as 3 estrelas presentes em cada puzzle traz um desafio extra para desafiar os jogadores mais persistentes o que permite dosear a progressão no jogo e desbloquear níveis mais avançados. Este tipo de estrutura é utilizado em diversos videojogos, principalmente em dispositivos móveis, e em vários géneros como o Arcade e Puzzle. *Angry Birds* e *Cut the*

Rope são dois dos exemplos da sua utilização sendo que no primeiro as estrelas são adquiridas com base na performance do jogador enquanto em *Cut the Rope*, diretamente por serem apanhadas durante o nível. Em *Free that Fish* a ligação é ainda mais direta pois é justificável a partir de um animal específico e não apenas como um elemento de pontuação tipificado.

Apesar de, em termos narrativos, ser um videojogo extremamente simples sobre libertar um peixe que foi capturado, existe um sentido humorístico geral que se prende com o pormenor de que apesar do objetivo passar por ajudarmos o peixe a conseguir sair de cada caixa cheia de aquários, ele acaba sempre por cair noutra caixa em igual situação.

Além de *Pipe Mania*, *Cut the Rope* foi a outra grande fonte de inspiração neste projeto, não num sentido de copiar a sua jogabilidade, que é bastante diferenciada, mas sim no tipo de ambiente que cria. Se em *Cut the Rope* a mecânica base de jogo gira à volta do motor de física e do movimento desencadeado pelo corte de cordas, em *Free that Fish* a mecânica básica é a passagem dos peixes de aquário em aquário.

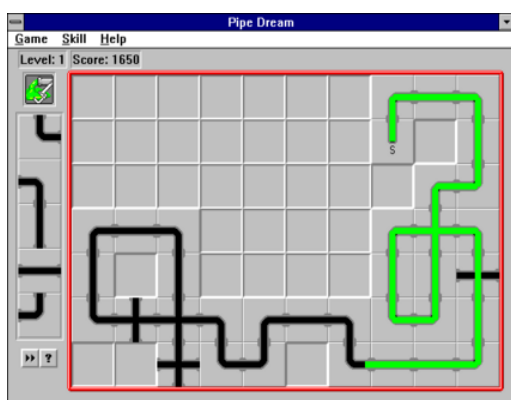


Fig. 91 - Pipe Mania (The Assembly Line, 1991)

Captura de ecrã



Fig. 92 - Cut the Rope 2 (Zeptolab, 2013)

Capura de ecrã

Em termos de público-alvo, *Free that Fish* direciona-se especificamente ao mesmo público generalista e com um perfil de jogador mais casual como em

Cut the Rope. O enredo, jogabilidade e grafismo são apelativos (*family friendly*), com personagens animadas como protagonistas dos puzzles.

Cada *Mundo* ou, neste caso *palete de caixotes*, agrupa um conjunto de níveis que vão introduzindo os novos elementos que aumentam o desafio ao mesmo tempo que o diversificam. Por vezes o jogador deverá ter em conta a velocidade de execução mas, noutras ocasiões, o raciocínio e a memorização das posições de peixes escondidos serão os pontos mais importantes. A variedade de abordagens que utilizamos faz com que cada *Mundo* seja uma experiência diferente num conjunto global com um crescendo coerente.

Como uma forma de reconhecimento pelo público-alvo, seguimos o mesmo tipo de linguagem e estrutura típica dos videojogos de *Puzzle* para dispositivos móveis em termos de pontuação e divisão por níveis, dando uma contextualização temática relativamente ao conceito desenvolvido.

Devido a tratar-se de um projeto desenvolvido maioritariamente nos tempos livres, após uma fase inicial de maior disponibilidade e entusiasmo o seu desenvolvimento entrou num ritmo pouco constante. A refinação dos níveis, correção de *bugs* e uniformização de menus mostrou-se bastante mais trabalhosa do que inicialmente previsto. Entre compromissos profissionais, este *hobby* ficava frequentemente em segundo plano, sendo que a conciliação entre outras atividades profissionais e o desenvolvimento de projetos próprios torna-se um dos maiores desafios para um estúdio independente.

Como tentativa de resolver essa condicionante procedemos a uma campanha de *crowdfunding* no *Indiegogo* para angariar algum financiamento que tornasse possível a dedicação da equipa a tempo inteiro na conclusão do *Free that Fish*. Encaramos essa tentativa com uma expectativa/entusiasmo moderados acreditando, por um lado, na qualidade e potencial do projeto mas, por outro, tendo a noção que, neste tipo de campanhas, sem investimento em marketing, torna-se difícil atrair atenção não só para o jogo como para a campanha em si. Fomos contactados diversas vezes por empresas que se propunham a utilizar diferentes técnicas para proporcionar-nos um maior destaque mas, para tal acontecer de forma significativa, deveríamos pagar valores demasiado

elevados para a nossa escala de produção e para os quais não estaríamos dispostos a investir. Por outro lado, os videojogos com maior sucesso em campanhas de *crowdfunding* não costumam ser dedicados ao mercado dos dispositivos móveis mas sim a PCs ou consolas. Este tipo de jogadores mostra maior predisposição a ajudar no financiamento da produção de um videojogo desse tipo. Por outro lado, o público-alvo de *Free that Fish*, mais casual, não tem sequer por hábito investir na aquisição de videojogos e menos terá no financiamento de um projeto em desenvolvimento.

Apesar de termos alcançado apenas cerca de um terço do valor pedido e de termos compreendido posteriormente que esse valor não seria realisticamente o necessário para finalizar o projeto, utilizamo-lo, quase na sua totalidade, na participação em eventos de divulgação. O primeiro evento em que participamos foi o *Lisboa Games Week 2014*, no qual diversos estúdios portugueses tiveram a oportunidade de exibir os seus trabalhos. *Free that Fish* recebeu excelentes críticas do público em geral e de outros criadores e surgiu a hipótese de colaboração com outras empresas com vista a maximizar o potencial de divulgação. Nesse sentido, a participação na *Pocket Gamer Connects London 2015* foi extremamente importante pois tivemos uma maior perceção do funcionamento do desenvolvimento e comercialização de videojogos, particularmente no segmento para dispositivos móveis. Em posteriores contactos com editoras, com contractos de confidencialidade e envio de versões *alpha* de *Free that Fish*, tivemos acesso a comentários e relatórios de viabilidade sobre os seus pontos positivos, fragilidades e potencial comercial. Considerando a evolução do mercado de videojogos casuais em que *Free that Fish* se insere, as críticas sobre o projeto não recaiam nas suas mecânicas e conceito, os quais eram elogiados como criativos e estimulantes, mas nas estratégias de retenção dos jogadores, de como os fazer voltar regularmente ao jogo e como persuadi-los a assistir a publicidade e fazer compras integradas. Por essa razão não se apresentava como uma aposta comercialmente viável de publicação por parte de uma editora pois dificilmente seria possível rentabilizá-lo a ponto de tornar-se financeiramente relevante.

Chegamos a uma encruzilhada em que poderíamos lançar nós próprios o jogo no ponto em que se encontrava, tendo contudo a noção de que dificilmente ganharia visibilidade suficiente sem um investimento em marketing dedicado e especializado nesse sentido. Acreditando no potencial comercial do projeto decidimos repensar o modelo de jogo tendo por base o desafio de como aumentar a retenção do jogador. Desenvolvemos uma estratégia em que os jogadores sentissem a vontade e necessidade de regressar constantemente *Free that Fish* repensando-o de acordo com o que Ilya Eremeyev se refere a *videojogos como um serviço* (2015). A rentabilização do mesmo não seria feita através de uma compra única sim pela visualização de publicidade e de compras integradas. Essa tomada de decisão fez-nos retroceder novamente para uma fase inicial de desenvolvimento em que, apesar do conceito e sua jogabilidade base terem-se mantido inalterados, a inclusão de um modo multijogador trouxe uma complexidade significativamente acrescida. Este novo modo, eficazmente trabalhado visa resolver o problema da retenção, numa utilização diária, com base na competição entre jogadores pela proteção de ovos de peixes, com a construção dos seus próprios puzzles. Esta inclusão é feita através de um editor de níveis disponibilizado ao jogador no qual devem ser geridos recursos (aquários e peixes) para construir a melhor defesa possível e poder angariar uma coleção de peixes que corresponda à melhor pontuação numa escala global.



Fig. 93 - Free that Fish (editor de níveis)

Esta nova direção e o potencial comercial de um modo competitivo multijogador com base na criação de puzzles levou a renovado interesse por parte de editoras. Ao mesmo tempo, a complexidade acrescida em termos de produção parecia tornar inviável a finalização do projeto.

Felizmente e com base no trabalho desenvolvido, fomos abordados por um grupo de investidores nacionais que decidiram apoiar a finalização do projeto com base na formação de uma nova empresa conjunta na qual, paralelamente ao desenvolvimento criativo e produção com base nos membros originais, existe uma estrutura de apoio, não só de produção mas também em termos negociais, de comunicação e marketing.

A produção de *Free that Fish* assenta no modelo independente em que a dupla de criadores (um artista e um programador) propôs-se a desenvolver um videojogo, com um orçamento nulo. O trabalho feito apenas nas horas vagas e a falta de visão estratégica tornavam contudo a RtW Imaginary Labs um estúdio amador, independentemente da qualidade do trabalho desenvolvido. A recompensa do trabalho feito surgiu não da venda direta do videojogo, entretanto adiada, mas do reconhecimento e oportunidades de parcerias que dele advieram. Consideramos que os novos acordos realizados levaram a uma profissionalização de todo o projeto apelidado agora apenas como *Imaginary Labs*. *Free that Fish* será lançado em 2016 a partir de acordos de publicação em negociação.

Apesar da convicção de que *Free that Fish* é um videojogo criativo e de qualidade, com um bom potencial comercial, consideramos que não se enquadra no que definimos como uma forma de expressão autoral. Apesar de não ser uma reprodução de nenhum jogo pré-existente não quebra também qualquer tipo de convenção ou barreira nem se distingue significativamente como um conteúdo diferenciador. O objetivo deste videojogo é essencialmente que seja apelativo a um público-alvo vasto e, por isso, foram sendo progressivamente feitas algumas cedências criativas e utilizando as convenções e abordagens testadas do mercado casual de forma a maximizar a hipótese de sucesso e rentabilidade. Isto não o torna menos válido ou inferior

como uma forma de entretenimento do que um videojogo autoral mas, como já vimos, posiciona-os em dois tipos de mercados diferentes.



Fig. 94 - Menu Free that Fish (protótipo)



Fig. 95 - Menu Free that Fish (final)

Tabela 36 - Evolução dos menus de Free that Fish

Free That Fish procura assim aproximar-se de alguns sucessos comerciais disponíveis para os dispositivos móveis partindo de uma linguagem gráfica não dissonante, com personagens *Cartoon* e um aspeto visual colorido e apelativo mas não tanto único ou inovador. Apesar de procurar distinguir-se pela sua criatividade tem um carácter e um foco iminentemente comercial, tendo sido feitas as alterações necessárias para que se tornasse um produto, ou serviço rentável. Desta forma, o modelo de negócio mistura-se progressivamente com o design do videojogo.

Esta abordagem não encontra uma correspondência relativamente às condições necessárias à criação de videojogos como formas de expressão autoral. Consideramos que *Free that Fish* é criativo mas certamente não o é num sentido de experimentação artística nem pretende sê-lo pois, tanto estruturalmente como graficamente, segue intencionalmente as tendências comerciais da área. Apresenta alguma inovação, a partir da sua jogabilidade e da utilização das várias funcionalidades dos dispositivos com mecânicas que

expandem e modificam consideravelmente a forma como se joga. Assim sendo, *Free that Fish* é um videogame do gênero *Puzzle* e, na nossa opinião, distingue-se pela sua criatividade, dentro do gênero. Apesar disso não reflete essa criatividade em fatores de estilo que o tornem distinto nesses campos. O estilo gráfico segue uma abordagem *Cartoon* convencional e comercial, a narrativa é básica e apenas contextualizadora e a jogabilidade assenta em estruturas tipificadas de videogames *Puzzle* casuais e da abordagem *Free to Play*³¹. Quanto ao seu possível e potencial significado admitimos, por um lado, a inexistência de uma mensagem ou ideia relevante a transmitir ao jogador sendo um videogame que pretende ter uma utilização unicamente lúdica e, dessa forma, não terá certamente um impacto pessoal ou sociocultural significativos além do seu grau de sucesso em termos de abrangência de jogadores.



Esquema. 4 - Análise do potencial autoral de Free That Fish

³¹ Jogos de aquisição gratuita com compras integradas opcionais.

Seria possível posicionar *Free that Fish* como algo que fosse mais próximo a um videojogo autoral? Certamente que, a partir de uma reestruturação gráfica com base num estilo mais fora do comum ou com inspiração em artes clássicas poderíamos conferir-lhe uma conotação mais artística. Alternativamente um estilo mais abstrato ou estilizado, poderia ter o mesmo tipo de efeito. Terry Cavanagh criador independente responsável por videojogos de sucesso como *Super Hexagon* (2012), *VVVVVV* (2010) e *Don't look back* (2009) fez algo semelhante a partir de *Maverick Bird* (2014), uma videojogo de tributo ao êxito independente *Flappy Bird*.

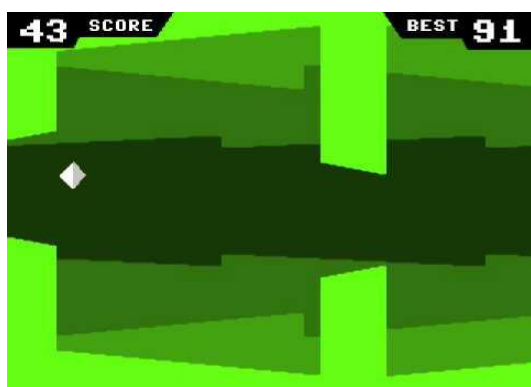


Fig. 96 - *Maverick Bird* (Terry Cavanagh, 2014)

Captura de ecrã

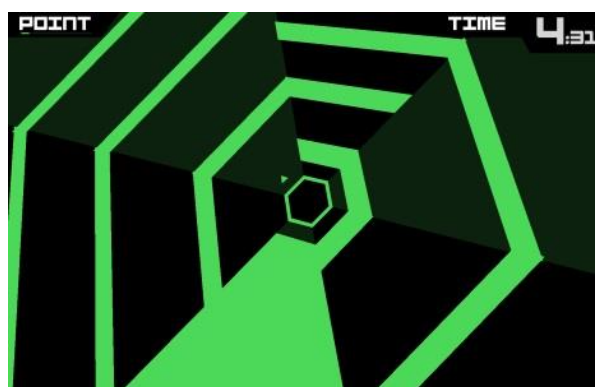


Fig. 97 - *Super Hexagon* (Terry Cavanagh, 2012)

Captura de ecrã

Esta recriação insere-se no contexto de jogabilidade e estilo gráfico e sonoro característicos deste autor sendo, por isso, um exemplo da sua expressão autoral a partir de uma dimensão sensorial mas não temática. Apesar disso, nenhuma narrativa ou mensagem relevante é transmitida e o facto de poder ser associado a uma conotação mais artística não significa que esta versão seja de alguma forma superior a *Flappy Bird*.

Em *Free that Fish* a temática e narrativa em si teriam que ser profundamente alteradas para se adequar a uma postura mais autoral ou optar-se por uma via contextualizante mais abstrata. A jogabilidade poderia ser readaptada a um novo contexto temático, ainda que videojogos puramente inseridos no género *Puzzle*, não sejam normalmente veículo de transmissão de uma mensagem ou ideia profundas. Uma transformação nesse sentido implicaria uma alteração

profunda deste videojogo a todos os níveis. Esse não parece ser contudo um caminho apropriado ou vantajoso para *Free that Fish* que, de acordo com as suas apresentações públicas, provou apelar sobretudo a jogadores casuais que apreciaram as personagens com um aspeto *Cartoon* colorido e a resolução de puzzles a partir de estereótipos visuais facilmente compreensíveis. Uma restrição do seu potencial comercial com tomadas de opção com fins artísticos não faz sentido neste caso, até porque tal nunca fez parte do seu objetivo original. Devido à nova e expansiva direção tomada com *Free that Fish* com uma forte componente multijogador, o videojogo não estava ainda totalmente concluído até à data de finalização desta investigação tendo uma data de lançamento prevista para 2016. O plano de comercialização de *Free that Fish* implica não só a colaboração com uma editora, que potenciará a sua distribuição e marketing, como a manutenção do projeto como um serviço, com suporte e atualizações por um período experimental.

No Apêndice 5 expomos alguns materiais de produção de *Free that Fish* que permitem compreender este projeto de forma mais global.

7.3 Guts – um videojogo com um estilo distinto

Com os avanços e recuos no desenvolvimento de *Free that Fish* começamos a sentir a necessidade de nos pôr à prova e efetivamente fazer um videojogo do início ao fim e lançá-lo na *Google Play* e *App Store*. Além de ser um teste à capacidade de produção do estúdio, *Guts* (2014) serviu também como uma forma de perceber empiricamente a dinâmica destas plataformas de distribuição digital como um teste de mercado. Inspirados pela simplicidade viciante de títulos como *Flappy Bird* tivemos a ideia de fazer um videojogo igualmente simples mas desafiante que partisse apenas de um *input*. Sem a inclusão de níveis ou mecânicas, o objetivo passaria apenas por conseguir a melhor pontuação possível.

Baseando-nos nas armadilhas do clássico *Prince of Persia* (Brøderbund, 1989) pensamos em *Guts* como um videojogo em que cada passo do protagonista tem que ser dado no momento certo para evitar morrer numa armadilha. A

jogabilidade limita-se a um simples toque que faz o herói avançar um passo de cada vez num cenário em que as armadilhas são geradas aleatoriamente. Se for atingido uma vez perde imediatamente e verifica-se a sua pontuação baseada no número de passos dados.



Fig. 98 - Prince of Persia (Brøderbund, 1989)

Captura de ecrã

Com estas ideias previamente discutidas acordamos que *Guts*, como projeto paralelo e teste que era, deveria ter um tempo de desenvolvimento extremamente curto, que não excedesse as 24 horas. O grafismo foi desenvolvido paralelamente à programação e optamos pelo estilo *Desenho à Mão* a partir de esboços rápidos em papel, posteriormente digitalizados e manipulados digitalmente. Esta opção retracta não só a forma de produção de *Guts* como uma espécie de esboço rápido de uma ideia, como também uma forma de experimentação artística da junção entre este tipo de esboço e objetos 3D simples inseridos num cenário gerado aleatoriamente.



Fig. 99 - Guts (RtW Imaginary Labs, 2014)

Captura de ecrã

A produção de *Guts* foi assim semelhante ao de projetos desenvolvidos em ambiente de *Game Jams* em que, tendo em conta um tempo e recursos limitados, chega-se a resultados simples mas criativos.

Cumprido o prazo de execução predeterminado publicamos *Guts* na *Google Play* e *App Store* e fizemos a sua divulgação unicamente a partir da página de *Facebook*. Rapidamente percebemos a dificuldade em conseguir notoriedade, seja em Android ou iOS, pois não existe um destaque evidente e suficiente eficaz de novos videojogos lançados e, mesmo que existisse, com a velocidade e quantidade de lançamentos que estas lojas de distribuição digital registam, dificilmente seria relevante. Uma busca direta a partir do seu nome só é significativa caso alguém já conheça o videojogo em questão ou a partir de uma escolha inteligente das palavras a figurar no mesmo. Assim alteramos o nome inicial para *Guts: Tap Dash Arcade* que, além de detalhar melhor o seu conteúdo, serve sobretudo como tentativa de aproveitar buscas mais generalistas englobadas pelas várias palavras do seu título. A divulgação no *Facebook* e a presença na *Lisboa Games Week* e *Comic-Con Portugal* ajudaram a impulsionar o número de *downloads* e os comentários críticos obtidos tanto *online* como durante os eventos foram maioritariamente positivos.

Durante a mostra em eventos percebemos que *Guts Tap Dash Arcade* apela sobretudo ao sexo masculino e a adolescentes enquanto *Free that Fish* apela sobretudo ao sexo feminino e também, de forma geral, a um público mais adulto mas também a crianças. A divergência de opiniões variou não só relativamente ao videojogo preferido mas também ao estilo gráfico de cada um deles. Apesar de *Guts* ter um estilo visual mais de nicho, esse facto é mais notado e valorizado pelos apreciadores desse tipo de abordagem.

Guts é um videojogo totalmente gratuito sendo monetizável apenas a partir de publicidade com uma cadência de visualização aleatória após cada sequência de jogo. O número de *downloads* entre as duas plataformas não ultrapassou as 5000 unidades e, devido a esse número diminuto, o retorno financeiro da visualização de publicidade foi irrelevante. Apesar disso não o consideramos um fracasso pois a ideia por trás do seu desenvolvimento sempre foi de usá-lo apenas como um teste, tendo a noção que, só por um grande e imprevisível

acaso, pudesse tornar-se um fenómeno viral como *Flappy Bird*. Aprendemos que classificações positivas e divulgação local não são de todo suficientes para que um videojogo tenha notoriedade para chegar aos destaques dessas plataformas e tornar-se visível a um número muito mais elevado de potenciais jogadores. Confirmamos também que existe um público para este tipo de videojogo mas, devido à falta da inclusão de algum tipo de competitividade local ou *online* ou até outros modos de jogo, é difícil conseguir uma boa percentagem de retenção de jogadores.

Nesse sentido, e novamente apenas como um projeto paralelo curto, desenvolvemos uma nova versão de *Guts* para ser apresentada na segunda edição da *Comic-Con Portugal*. Com este objetivo em mente, consideramos que a melhor abordagem seria atualizar este videojogo a partir de uma componente competitiva multijogador local. Dessa forma desenvolvemos um modo de dois a quatro jogadores em que, com o ecrã dividido em secções, a mesma jogabilidade base torna-se, não apenas uma competição pela melhor pontuação, mas uma corrida até uma meta definida por 25 passos. Para potenciar ainda mais a competitividade e diversão entre jogadores adicionamos *itens* que permitem interferir com o percurso do adversário dificultando-lhe a tarefa. Esses *itens* surgem aleatoriamente e permitem eliminar instantaneamente um adversário à escolha, apagar-lhe a luz ou pô-lo a andar revertidamente durante um período de tempo limitado.

Como forma de diferenciação de cada jogador, fizemos as animações para que cada personagem, apesar de idêntico, tivesse uma tocha com uma chama de uma cor específica que iluminasse cada espaço e tornasse simples a identificação de cada um. A inclusão deste elemento de iluminação dinâmica altera consideravelmente o estilo gráfico inicial, ainda que mantendo o mesmo tipo de identidade visual com base em esboços desenhados projetados em objetos simples 3D.

O jogo foi executado, na *Comic-Con Portugal*, a partir de um PC. Utilizamos os comandos *Buzz* da Sony Playstation como forma de input por considerarmos serem a forma mais prática e divertida de abordar a jogabilidade sendo que o botão principal foi usado como *input* para andar cada passo e, os botões

coloridos, para dirigir as penalizações obtidas pelos itens aos adversários pretendidos.

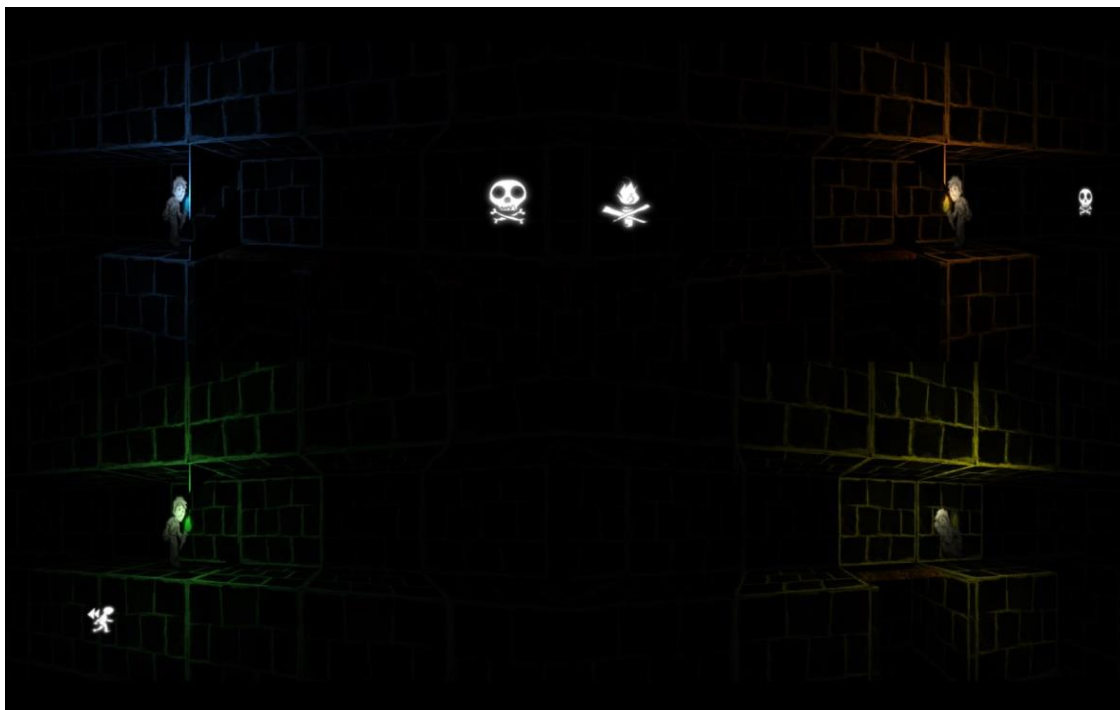


Fig. 100 - Lots of Guts (2015) Modo multijogador



Fig. 101 - Lots of Guts (2015) Utilização do controlador *Buzz*

A experiência foi bem-sucedida obtendo o resultado que pretendíamos: Um videojogo que famílias, grupos de amigos ou até de desconhecidos pudessem

imediatamente compreender e divertir-se competitivamente. O conceito originalmente criado manteve-se e foi potenciado pela interação com outros jogadores. A boa receptividade motivou-nos a concorrer à edição inaugural dos *Prémios Playstation Portugal*, que visam apoiar o desenvolvimento e comercialização de um videojogo independente. Passamos a primeira fase de seleção entre cerca de 50 candidatos para 20 finalistas e participamos numa apresentação em que podemos explicar e demonstrar diretamente o nosso videojogo agora chamado *Lots of Guts* com um novo nome que visa refletir a sua nova vertente multijogador. Fomos apurados ainda para a fase final de 10 candidatos ao prémio que exigiu que repensássemos o conceito e a jogabilidade de forma a torná-lo um potencial videojogo Playstation 4 a ser publicado na *Playstation Network*. Criamos um *Game Design Document*³² que abordasse novos modos de jogo, personagens, cenários, desafios e até modos de controlo alternativos. A participação neste prémio permitiu abrir um canal de contacto direto com a Playstation para este projeto assim como para projetos futuros.

Consideramos ter feito um videojogo *Arcade* que apela tanto a jogadores casuais como a jogadores mais experientes mas que é encarado sobretudo, e apenas, como uma forma de distração rápida. O valor nostálgico e criativo da utilização dos comandos da Playstation *Buzz* e o reconhecimento da influência temática de *Prince of Persia* foram benéficos e, possivelmente, ainda mais seriam se tivéssemos optado por recriar o seu estilo gráfico numa abordagem mais *Retro*. Apesar disso optamos por seguir um estilo gráfico próprio que resulta da junção de um cenário 3D simples com texturas esboçadas à mão e um personagem bidimensional, igualmente esboçado. Na sua segunda versão, a inclusão de luzes dinâmicas coloridas e divisão do cenário em quadrantes criou uma ligação mais profunda entre o estilo gráfico e a jogabilidade. Este estilo foi apreciado positivamente em ambas as versões e destacado por alguns jogadores, principalmente ligados ao campo das artes. É um videojogo com um estilo gráfico distinto e, ainda que fosse perfeitamente possível reestruturá-lo gráfica e tematicamente mantendo essencialmente o mesmo

³² Documento base de referência de produção para um videojogo. O documento específico de *Lots of Guts* está disponível no Apêndice 6.

código e jogabilidade, posicionando-o mais diretamente no segmento casual. A utilização de um estilo gráfico mais consensual, *Retro* ou *Cartoon* seriam suficientes para uma mudança nesse sentido. Optamos porém por manter o traço que consideramos que caracteriza melhor o trabalho que queremos desenvolver em termos estéticos, marcando uma posição de autoria visual acima de uma estratégia de mercado.

Apesar da sua jogabilidade ser simples, a associação feita com os comandos Buzz, normalmente associados a videojogos infantis ou a jogos de questões de escolha múltipla, demarca-a com um estilo muito próprio. A possibilidade de utilizar outros controlos alternativos como uma aplicação móvel ou o comando de deteção de movimentos *Playstation Move* leva esta relação ainda mais longe no que caracterizamos como um videojogo simples que é jogado de forma pouco habitual. O modo de jogo *God like jealous guy*, em que um jogador, a partir da consola Playstation Vita, controla as armadilhas de todos os outros jogadores que jogam nos restantes comandos na Playstation 4 cria uma jogabilidade assimétrica interessante e pouco habitual, principalmente nas consolas da Sony.

Lots of Guts ficou nomeado para as categorias finais de *Melhor Jogo 2015*, *Melhor Utilização das Plataformas Playstation* e *Jogo Mais inovador 2015*, tendo vencido esta última categoria. A inovação que procuramos alcançar com este projeto através de uma jogabilidade simples mas com uma forma de interação fora de comum foi atingida e reconhecida pelo júri destes prémios tal como pode ser comprovado pela atribuição do prémio específico. Consideramos que conseguimos cumprir, dessa forma, os subcritérios de inovação e experimentação artística que demonstram a componente criativa deste videojogo e que se refletem diretamente em dois dos componentes de estilo, a sua estética e jogabilidade.

Quanto ao terceiro elemento de estilo, existe uma narrativa humorística que contextualiza a ação em que todos os personagens são adversários numa corrida para encontrar um anel de noivado e conquistar o coração de Rose, a sua amada. De homens a mulheres, extraterrestres, múmias, cães e até um



Esquema. 5 - Análise do potencial autoral de Lots of Guts

Deus, todos querem conquistar uma mulher que não é certamente o típico símbolo de beleza.

Este enredo satírico simples concilia-se com o restante ambiente pouco sério e festivo de *Lots of Guts* mas, apesar disso, é completamente acessório já que a sua inclusão não interfere verdadeiramente na sua estética nem na sua jogabilidade. Não existe uma intenção de transmitir de uma mensagem autoral inteligível e relevante, sendo que o único objetivo é que resulte como uma experiência lúdica, rápida mas gratificante, sobretudo se jogado localmente em companhia de família ou amigos. Desta forma consideramos que se reflete apenas como uma experiência lúdica sem a pretensão ou verdadeiro potencial de causar um impacto significativo, seja a nível pessoal, seja a nível sociocultural.

Pretendemos continuar o desenvolvimento de *Lots of Guts* no modelo seguido até aqui, como um conjunto de experiências rápidas de executar e jogar, criativas e com um estilo marcado, ainda que apenas lúdicas e inconsequentes.

7.4 *On the Memory Lane* – um videojogo autoral

Apesar de *Free that Fish* e de *Lots of Guts* ainda não estarem finalizados prevê-se a sua conclusão ainda durante o ano de 2016. Entretanto, *On the Memory Lane* é o mais recente e principal projeto da *Imaginary Labs* e encontra-se em fase de pré-produção desde Outubro de 2015. A sua ideia base e trabalho preliminar individual de conceptualização e investigação antecederem, contudo, essa data em pelo menos dois anos.

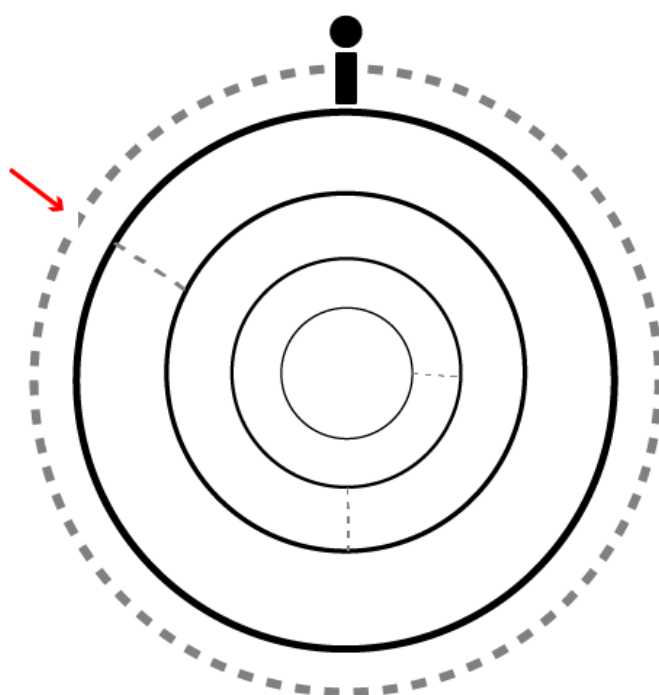
Este videojogo parte, em grande medida, do trabalho desenvolvido nesta investigação como uma aplicação das condições necessárias à criação de um videojogo autoral. Não o faz, porém, como prova empírica de um plano de trabalhos, mas como resultado do desejo íntimo da realização deste videojogo em concreto. *On the Memory Lane* é um reflexo não só de um percurso criativo e de realização pessoal como também um veículo para transmitir uma mensagem significativa através da conjugação de uma experiência de jogabilidade, narrativa e estética que se pretende que seja diferenciadora.

O conceito central surgiu da minha experiência pessoal de convívio com a minha avó que, em que me comecei a aperceber de sinais de senilidade e degradação da memória que a iam afetando progressivamente. Os seus diálogos começavam a perder coerência no que se supõe que possa ter sido um caso não diagnosticado da Doença de Alzheimer. Além da perda de memória, característica comum nesta patologia, um pormenor mais particular levou à ideia base deste videojogo: frequentemente, as conversas com a minha avó resultavam em histórias da sua infância que eram lembradas num contínuo infinito (*loop*). Em certo ponto de uma conversa havia uma quebra de coerência e esquecimento do que estava a ser relatado e a história voltava, de forma relativamente fluida, ao seu ponto inicial. Isto levou-me a um conceito de jogabilidade original que, por centrar-se na resolução de enigmas, poder-se-á inserir dentro do género de *Aventura Point'n Click*, apesar de subverter e transcender as convenções desse género.

On the Memory Lane passa-se quase inteiramente na vivência da memória fragmentada de um idoso, que nos momentos finais da sua vida, tenta

recuperar a sua lucidez. Tenta aperceber-se onde está e com quem está e, acima de tudo, redescobrir quem ele próprio é.

Se na estrutura de um videojogo de *Plataformas* 2D tradicional a saída de um nível é encontrada quando o personagem consegue chegar até à extremidade mais à direita do cenário, no caso de *On the Memory Lane* o mesmo não ocorre porque a sua estrutura é circular tornando-se aparentemente infinita. O jogador terá que resolver enigmas descobrindo possíveis incoerências em cada memória e alterando-as de forma a conseguir quebrar o padrão de repetição para avançar para um segmento de memória seguinte.



Esquema. 6 – Funcionamento básico de On the Memory Lane

Quando referimos um espaço circular não o fazemos necessariamente a partir de um espaço físico mas sobretudo a partir de segmentos temporais.

Percorrendo as suas diversas memórias teremos uma ideia do que foi a vida do personagem, ao mesmo tempo que o próprio também readquire a consciência de si próprio como um idoso, antigo realizador de cinema. A representação deste espaço mental é feita através de fotogramas que podem ser vistos um a um ou corridos a 24 fotogramas por segundo, neste caso, dando a sensação de se observar um clip animado em reprodução.

Não temos controlo direto dos personagens nem do ponto de vista da ação, apenas da passagem do tempo, da sua cadência e a possibilidade de interação com certos objetos. Desta forma cada nível resulta de sequências curtas em repetição, segmentos de jogabilidade que são também fragmentos de memória e narrativa.



Fig. 102 - On the Memory Lane – Arte Conceptual / Mockup

O conceito original tem por base o seu funcionamento em tablet com uma interação direta a partir do seu ecrã táctil onde a navegação é feita através do tocar e arrastar do dedo no ecrã percorrendo para a frente e para trás a linha temporal, acelerando e desacelerando o tempo e observando atentamente as sequências de fotogramas. A observação não só da ordem cronológica dos eventos, como também de elementos estranhos presentes em imagens específicas assim como a sua manipulação, criam um ambiente de constante desafio e descoberta, não de um mistério ou de aventura propriamente dita, mas de uma vivência pessoal que resulta de uma conjugação contínua entre a sua jogabilidade e a sua narrativa.

Como prova do conceito da jogabilidade idealizamos um protótipo que exemplifica a sua jogabilidade de modo simplificado. A partir da ideia do Taumatrópio³³, e do conhecido efeito ótico de um pássaro na gaiola, dois fotogramas são suficientes para explicar o conceito básico de como jogar *On the Memory Lane*.

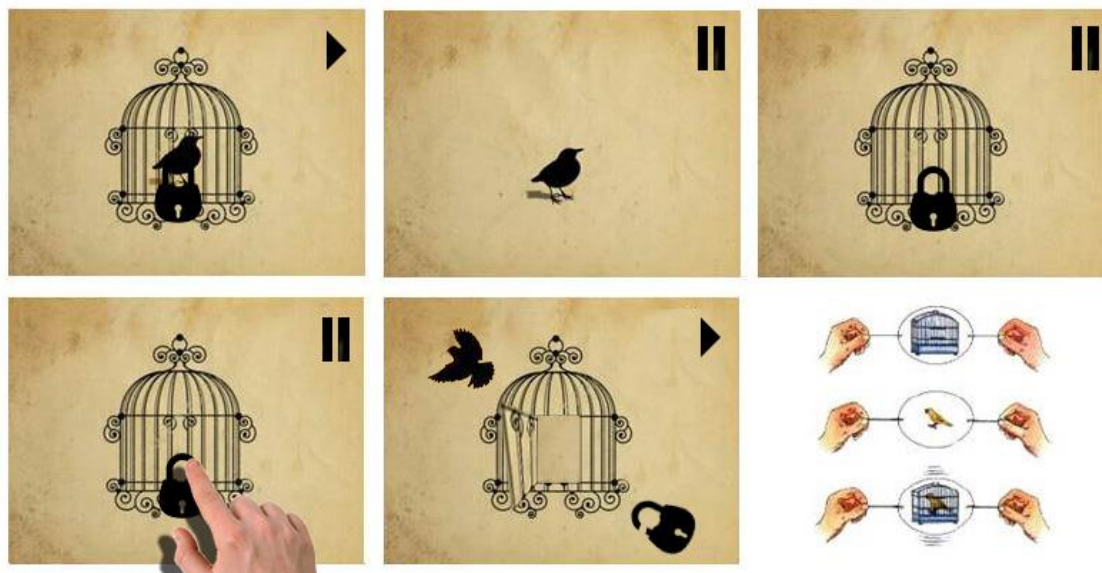


Fig. 103 - On the Memory Lane – Prova de Conceito

Se deixarmos os fotogramas sucederem-se intercaladamente teremos a sensação que um pássaro encontra-se dentro de uma gaiola, porém, se observarmos cada fotograma individualmente percebemos que o pássaro está numa imagem e a gaiola noutra. Apesar disso, o pássaro não se move quando está fora da gaiola pois existe apenas durante um fotograma. A resolução deste puzzle passa então por tocar com o dedo no cadeado várias vezes até o conseguir partir abrindo assim a porta da gaiola. O pássaro sairá a voar assim que fizemos um deslize de dedos rápido no ecrã (*swipe*) e voltarmos a ver a intercalação dos fotogramas em modo animado. A imagem segue o caminho do pássaro e vemos o personagem principal, ainda jovem, a correr atrás dele, entrando num novo fragmento de memória em loop.

Esta é apenas uma base que exploraremos em *On the Memory Lane* de forma aprofundada, a partir de memórias desordenadas de uma vida

³³ Um brinquedo óptico do século XIX que explora o fenómeno da Persistência Retiniana

fundamentalmente realista e comum que possa criar empatia dos jogadores adultos relativamente às suas próprias vivências.

Outros videojogos têm lidado com a degradação da memória seja em termos temáticos ou mesmo na sua implicação na jogabilidade. Em *Remember me* (Capcom, 2013) com um enquadramento na ficção científica, a reconstrução de memórias é feita ao explorar e modificar segmentos pré-definidos de forma algo similar ao que propomos em *On the Memory Lane*. Fá-lo, contudo, a partir de uma estrutura de missões com a indicação evidente de diferentes passos predefinidos e pontos de interação, assim como do resultado pretendido para a ação. Além disso, essa mecânica é explorada apenas de forma acessória quase como um minijogo enquanto já que na sua globalidade *Remember me* funciona essencialmente como qualquer outro videojogo de ação, algo que não é, de todo, o nosso objetivo.

Mnemonic (Double Fine, 2014) é um protótipo criado no âmbito da *Amnesia Forthnight* ³⁴ em que, numa perspetiva de primeira pessoa, um amnésico tenta resolver puzzles para ligar diferentes pontos nas suas memórias que possam reconstruir um evento traumático e assim descobrir o autor de um crime. Apesar disso a sua jogabilidade assenta de forma mais tradicional na exploração e resolução de *puzzles*.



Fig. 104 - Remember me (Capcom, 2013)

Captura de ecrã



Fig. 105 – Mnemonic (Double Fine, 2014)

Captura de ecrã

³⁴ Game Jam interna da Double Fine Productions em que num tempo limitado, várias equipas do estúdio desenvolvem os seus próprios protótipos que podem ser seleccionados para desenvolvimento posterior

Twelve Minutes é um videojogo Indie em desenvolvimento por Luís António que também explora o conceito de *loop* mas fá-lo a partir de uma jogabilidade mais próxima de uma aventura no género *Point' n Click* mais tradicional. Com uma perspetiva de topo representa-se a passagem linear de sequências de 12 minutos em que o personagem principal tem noção da repetição temporal e tenta usar o conhecimento adquirido em cada repetição para descobrir uma forma de alterar o seu desfecho.



Fig. 106 - Twelve Minutes (António, L. videojogo em desenvolvimento)

Captura de ecrã

Como já explicamos, a jogabilidade de *On the Memory Lane* parte da observação e interação com sequências narrativas curtas em *loop* em que poderemos percorrer o tempo à nossa vontade para encontrar uma forma de quebrar a continuidade. Poderemos interagir com objetos mas não existirá um sistema de inventário ou qualquer tipo de interface evidente. Aproveitaremos as diversas funcionalidades dos dispositivos de destino para que possamos surpreender continuamente o jogador. Utilizaremos o potencial dos ecrãs tácteis e controlo por movimentos de formas lógicas, mas surpreendentes, que tragam uma sensação de conquista ao jogador por ter conseguido quebrar mais uma sequência infinita desvendando uma nova memória.

Será um videojogo pago (*premium*) sem a inclusão de compras integradas ou de estratégias de retenção do jogador e monetização, o que permite que a visão criativa seja totalmente direccionada no sentido de criação de uma experiência coesa em termos de narrativa, estilo e jogabilidade. O lançamento

está planeado para plataformas móveis, iOS, Windows Phone e Android e possivelmente consolas, a partir de uma readaptação dos controlos base.

A narrativa de *On the Memory Lane* é fundamentalmente realista, não existem super-heróis, fenómenos sobrenaturais, violência nem nada do que frequentemente caracteriza o que é mais recorrente nos videojogos mais comerciais. Como em *Gone Home* (Fullbright, 2013) ou *Dear Esther* (The Chinese Room, 2012), a experiência concentra-se no campo pessoal de compreender o íntimo de uma personagem e suas vivências. Apesar disso o contexto da memória em deterioração permite-nos uma grande liberdade criativa de contar certos eventos realistas a partir de imagética mais irreal, subjetiva ou metafórica.

Pretendemos também manter constantemente a curiosidade do jogador que nunca saberá o que acontecerá de seguida ou as consequências finais das suas ações. As próprias memórias serão revisitadas fora da ordem cronológica natural e, apenas no final, o jogador terá as peças necessárias para compreender toda a narrativa.

O estilo visual de *On the Memory Lane* é resultante de *Desenho à Mão* em conjugação com vídeo num uso de *Técnica Mista* que visa ter um resultado visualmente marcante numa valorização da importância de cada fotograma.

A opção por utilizar planos cinematográficos e não perspetivas mais tipificadas próprias do universo de videojogos não se prende com uma tentativa de tornar o videojogo cinematográfico por si só. Esta opção passa por ter uma flexibilização visual que se correlacione continuamente com a narrativa e com os diferentes tipos de emoções que queremos retratar conjuntamente com uma jogabilidade que pretende surpreender o jogador.

Não se restringe, portanto, numa perspetiva e jogabilidade típicas dos videojogos de plataformas 2D ou de exploração em primeira pessoa, mas de uma construção visual, sequência a sequência, que melhor se coadune com a jogabilidade e narrativa. Além disso apresenta influências estéticas do universo da Banda Desenhada com sobreposições de texto e sua interligação com a imagem.

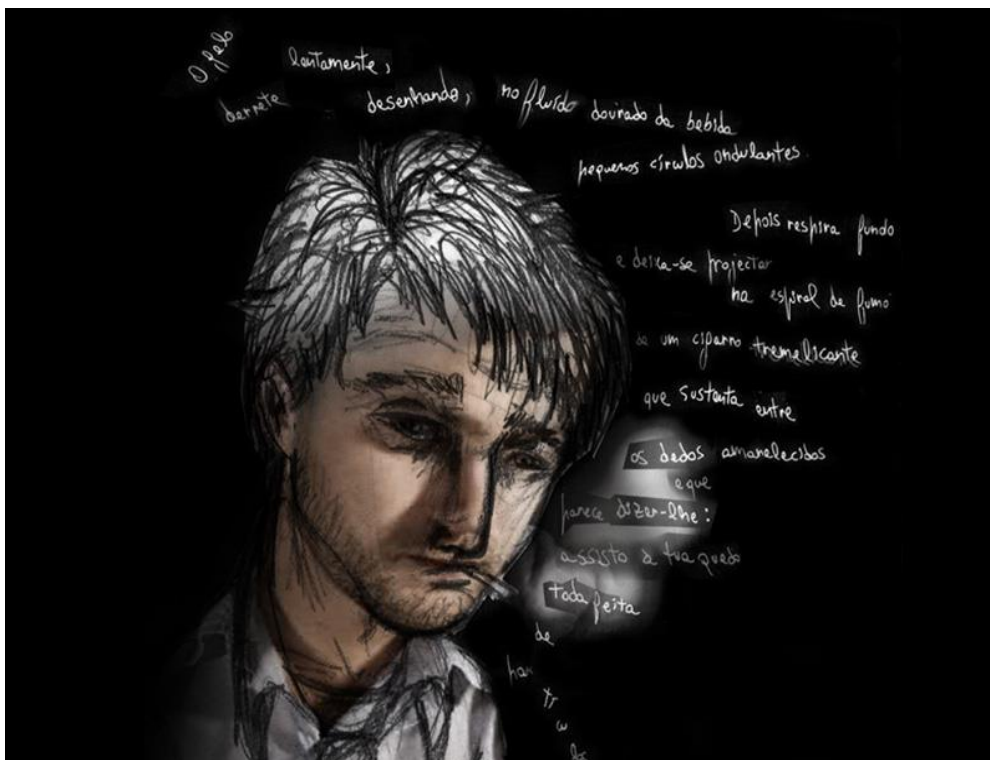


Fig. 107 - On the Memory Lane – Arte Conceptual / Mockup

Todo o trabalho gráfico tem por base a experimentação artística num tipo de exploração visual que encontra alguns pontos de contacto com *Guts* mas que surge sobretudo com uma evolução do trabalho artístico previamente desenvolvido a título pessoal no campo das curtas-metragens de animação e banda desenhada.

Existe aqui uma transgressão significativa de géneros de jogo e mecânicas que trarão certamente diversos desafios à sua produção pelo que prevemos um período alargado de prototipagem e experimentação.

O público-alvo deste videojogo é nitidamente mais limitado do que em *Free that Fish* mas, por se tratar de um título pago, o seu alcance não precisa também de ser tão extensivo para que possa ser bem-sucedido, desde que a sua forma de produção seja sustentável, tal como se propõe no *Scratchware Manifesto* (Costikyan, 2000).

É um videojogo adulto, seja pela jogabilidade enigmática seja pela seriedade dos temas abordados, que recaem sobretudo sobre as questões da doença, da memória, da família, da velhice e, no fundo, da vida.

O percurso de divulgação pretendido passa pela participação em festivais como o *Independent Games Festival* e o *Indicade* entre outras iniciativas *online* com vista a despertar o interesse da comunidade interessada em videojogos com o *espírito Indie*.



Esquema. 7 - Análise do potencial autorial On the Memory Lane

Consideramos que este projeto tem o potencial de enquadrar-se nas condições necessárias ao videojogo autorial. Da criatividade englobada num carácter de inovação e experimentação que resulta num estilo distinto em termos de narrativa, estética e jogabilidade. Tudo isto deverá funcionar harmoniosamente com vista a passar uma mensagem autorial que acarreta um significado que causa um impacto pessoal no jogador, não apenas como uma fonte de entretenimento mas como uma partilha. Consideramos também que existe potencial para que este videojogo tenha algum impacto sociocultural pela sua originalidade mas sobretudo pelo tipo de abordagem temática que faz.

Com este princípio a intenção principal é a de criar videogame difícil de definir, com uma jogabilidade inovadora e desafiante, uma estética diferenciadora e experimental e a uma narrativa adulta com uma mensagem forte e pessoal.³⁵

Este projeto resulta já da plena colaboração com a nova estrutura profissionalizada da *Imaginary Labs* que visa proporcionar as condições necessárias à criação de videogames em diferentes vertentes e plataformas numa estratégia comercial diversificada mas sempre com um foco na criatividade. Prevê-se o seu lançamento durante o ano de 2018.

Este é o culminar de um percurso que se inicia numa vertente criativa, mas assumidamente comercial com *Free that Fish* passando por uma exploração de estilo com *Guts* e, finalmente com *On the Memory Lane*, uma experiência de expressão autoral.

³⁵ Material adicional da pré-produção de *On the Memory Lane* disponível no Apêndice 7

Conclusões do Estudo Empírico

O desenvolvimento de videojogos tornou-se, nos últimos anos, tecnologicamente mais acessível e com uma maior abertura para a publicação em plataformas de distribuição digital. Isso trouxe, porém, um problema de saturação de mercado no qual é normal que muitos estúdios não consigam subsistir financeiramente. Neste contexto prevê-se uma evolução do meio relativamente a uma profissionalização em que as hipóteses de sucesso no campo amador serão cada vez mais escassas. Essa evolução poderá, para alguns, tomar a forma de um caminho intermédio entre a produção independente e a AAA e, para outros, uma constante adaptação a novas realidades de forma a manter a diferenciação que tornou os videojogos Indie relevantes.

Neste estudo empírico refletimos sobre a experiência própria de criar um estúdio independente de videojogos, o *Imaginary Labs*, e do caminho seguido rumo a uma progressiva aproximação à criação de videojogos que correspondam a uma forma de expressão autoral. Com este percurso prático e estudo da envolvente socioeconómica nesta área, compreendemos que o desenvolvimento de videojogos encontra uma das suas maiores dificuldades num carácter instabilidade financeira que obriga, em muitos casos, o desenvolvimento de atividades profissionais paralelas que sustentem os projetos em desenvolvimento. Numa vertente de estratégia comercial a ideia de explorar conteúdos diversificados e com menor grau de exigência e risco é vista como uma das formas possíveis de sustentabilidade económica do estúdio. Isso permite, juntamente com outras formas de financiamento, chegar a estruturas necessárias e ideais à criação de videojogos com uma identidade autoral marcante. Apesar disso não existe uma desvalorização ou falta de dedicação no caso de necessidade ou opção em desenvolver projetos mais comerciais. São dois tipos de produção diferenciados, um mais motivador pelo desenvolvimento da expressão autoral e o outro como resposta a um desafio de corresponder às expectativas de um público-alvo. De uma forma ou de outra pretendemos que em ambos os casos exista um grande foco na criatividade, ainda que num deles a mesma possa surgir de forma mais livre e

descomprometida do que no outro, mais direcionada para corresponder a critérios específicos de retenção e monetização.

O caminho seguido neste estudo empírico prendeu-se principalmente com a experimentação e evolução conceptual e artística no desenvolvimento de videojogos que progressivamente se aproximam das condições necessárias a que possamos considerá-los como formas de expressão autoral.

Free that Fish é um videojogo no qual exploramos a criatividade por si só. Essa criatividade reflete-se no conceito e na jogabilidade deste videojogo de *Puzzle* que, a partir de vários testes públicos, mostrou ser bem-sucedido nesse aspeto. Por outro lado, relativamente ao tipo de estilo gráfico que optamos por utilizar, a escolha foi feita com o intuito comercial de tornar o videojogo o mais apelativo possível a um público-alvo alargado e maioritariamente casual. No nosso processo criativo, a partir do desenvolvimento de cada conceito, prevemos empiricamente o tipo de público-alvo. A partir daí podemos optar por uma postura mais livre em que essa previsão não condiciona a visão autoral e o desenvolvimento do videojogo ou, no caso de *Free that Fish*, a opção por uma postura mais comercial. Essa postura obriga a cedências criativas e à adoção de estratégias que maximizam a possibilidade de lucro. Neste caso específico, cedemos relativamente a uma postura inicial de modelo *premium*, ou *freemium* apenas com a possibilidade de aquisição de novos *packs* de níveis, para um modelo totalmente *freemium* estrategicamente desenvolvido com vista à retenção e fidelização do jogador a um certo perfil de utilização. Cada videojogo terá o seu público e tendo identificado *Free that Fish* como um videojogo casual consideramos que a melhor estratégia seria seguir uma abordagem comercial que fosse de encontro às pretensões e gostos desse tipo de jogadores. Esta estratégia deve-se também a uma profissionalização do estúdio *Imaginary Labs* num sentido não só criativo, mas também economicamente sustentável. Assim, *Free that Fish* é um videojogo criativo, mas não se demarca nas restantes condições de estilo e significado e, por essa razão, não deverá ser considerado um videojogo autoral.

Lots of Guts, é um videojogo simples em termos da sua jogabilidade tendo começado por um único *input* que faz o protagonista avançar passo a passo

para evitar armadilhas. Com tempo evoluiu para modos multijogador com a utilização de controladores alternativos que permitem interferir no jogo dos adversários. Torna-se criativo por isso e destaca-se também a partir do seu estilo gráfico que mistura elementos tridimensionais simples com desenhos esboçados à mão. Este estilo mostrou ser valorizado por um nicho de público apreciador de videojogos que utilizam estilos gráficos alternativos ou mais artísticos e, de certa forma, apesar de simples, vai ao encontro do tipo de estilo gráfico apreciado e distinguido nas últimas edições do *Independent Games Festival*. Assim é notória uma maior associação deste videojogo ao conceito de Indie não como forma de produção, mas como conteúdo o que, como já vimos, é uma associação de aproximação a um carácter de expressão autoral. No entanto, esta expressão limita-se, no caso de *Lots of Guts*, a ser criativo e ao seu estilo estético e de jogabilidade. Não tem a pretensão de passar uma mensagem relevante, mas de ser apenas uma forma de entretenimento simples e direta.

On the Memory Lane está em fase de pré-produção, mas apesar disso, tem o potencial para ser um título que se enquadra nas condições necessárias à expressão autoral nos videojogos independentes. Tal como nos outros dois casos referidos também este projeto parte de uma ideia de jogabilidade que se pretende que seja criativa mas leva-a a um carácter experimental mais profundo. A sua identificação e inserção num género específico torna-se mais ambígua que nos restantes casos e implica uma experimentação mais profunda em todos os elementos que o constituem. Visualmente, a partir da mistura entre desenho e vídeo valoriza-se a importância, detalhe e arte de cada *frame* visto ser um elemento essencial da sua jogabilidade. Ainda neste âmbito, tal como em *Free that Fish*, aproveitar-se-á as várias potencialidades dos dispositivos móveis para construir um videojogo que surpreenda e desafie constantemente os jogadores, mas neste caso, não propriamente como introdução de mecânicas de jogo que se repetem em vários níveis, mas como uma exploração experimental de jogabilidade e narrativa. O enredo deste videojogo e a forma como acedemos a ele confunde-se e decorre da própria forma de o jogar procurando-se passar uma mensagem que não tem a ver com

uma narrativa épica, mas com a compreensão e identificação mais íntimas de uma condição de degeneração cognitiva.

A conjugação competente destes elementos confere as condições necessárias a que *On the Memory Lane* possa ser encarado como uma forma de expressão autoral.

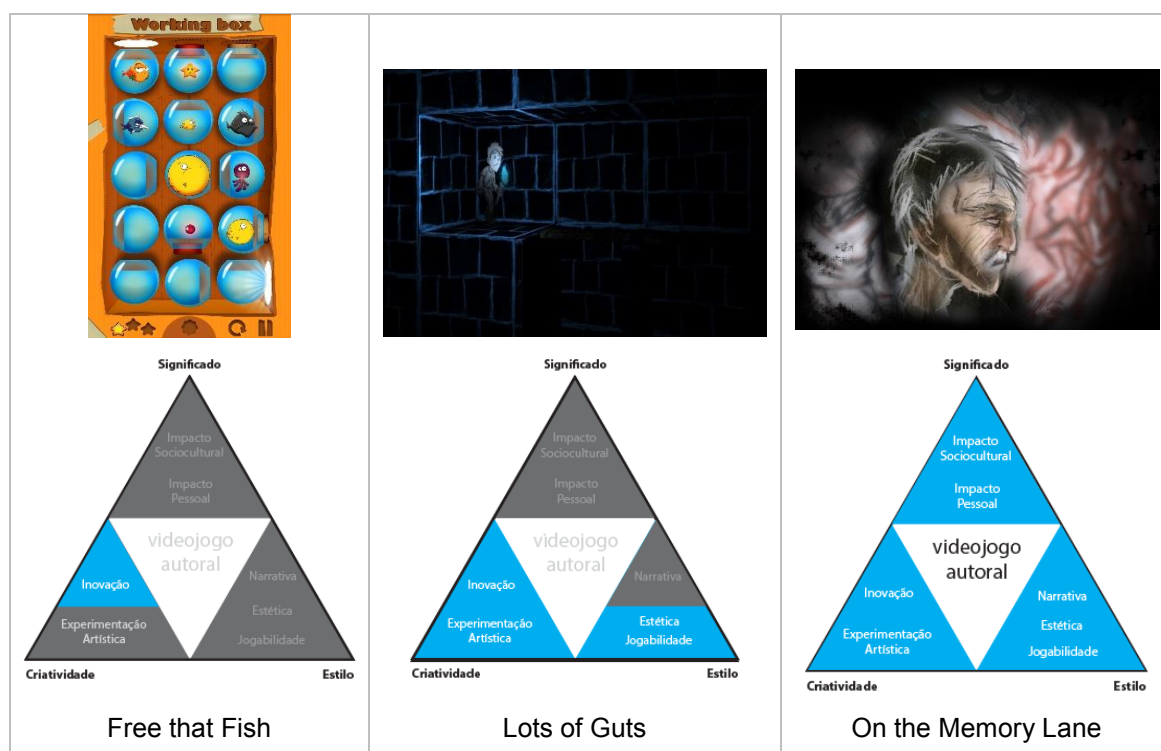


Tabela 37 - Potencial de expressão autoral dos videojogos desenvolvidos

Os esquemas criados não pretendem ser utilizados como uma fórmula de classificação de videojogos autorais, principalmente tendo em conta a avaliação de conteúdos desenvolvidos pelos próprios. Em vez disso servem apenas como uma referência do potencial de cada um dos videojogos face à abordagem descrita no plano de trabalhos.

Uma abordagem de criação tão diversificada como a realizada neste estudo empírico não será a mais indicada em termos da construção de um portfólio identificável da autoria de um criador ou de um estúdio. A opção por trabalhar com géneros e públicos-alvo tão distintos pode criar demasiada dispersão relativamente à identificação de uma obra autoral em termos globais. Apesar disso, a experimentação é desejável e este estudo empírico visou, não a

construção de um portfólio autoral, mas o teste e análise das diferentes condições necessárias à criação de um videojogo autoral a partir de aplicações individualizadas ou totais das mesmas.

Concluimos que a criatividade é insuficiente para que um videojogo seja considerado uma forma de expressão autoral pois a sua aplicação, por si só, é desejável e favorável em todos os tipos de videojogos. Apesar disso um videojogo autoral será obrigatoriamente um videojogo criativo na junção das suas partes. A utilização de um estilo gráfico incomum apresenta-se como uma das formas mais diretas de tornar um videojogo distinto e apelativo a um público-alvo mais apreciador de videojogos que optem por uma exploração visual alternativa às correntes mais comuns, *Realista* e *Cartoon*. Contudo, por si só é insuficiente e um mero artifício ou escolha visual que não determina uma visão autoral genuína. O seu significado ou mensagem a passar surge como o elemento unificador do videojogo autoral numa conjugação íntima com uma jogabilidade e estilo audiovisual criativos. Assim, um videojogo só pode ser uma forma de expressão autoral se efetivamente comunicar algo relevante e significativo que poderá ser avaliado por um impacto pessoal e/ou sociocultural.

Conclusão

A criação de videojogos teve a sua génese sobretudo a partir de uma componente de experimentação tecnológica e, nesse sentido, andou sempre a par dos progressos neste campo. Num período temporal de cerca de meio século tornaram-se possíveis representações gráficas que evoluíram de figuras geométricas básicas até modelos tridimensionais realistas, entre diversas outras inovações. Daqui surgiu a oportunidade, e necessidade, de expansão das equipas de desenvolvimento além de pequenos grupos de engenheiros, investigadores e programadores para equipas multidisciplinares. Progressivamente, a criação de videojogos passou a englobar, não só uma grande componente técnica e tecnológica, como também artística.

A produção de videojogos é uma indústria altamente lucrativa com conteúdos que rivalizam com os *blockbusters* de Hollywood, seja a nível de espetáculo audiovisual, seja a nível de custos de produção ou ainda de lucros atingidos. O grau de qualidade expectável nas produções dos maiores estúdios de desenvolvimento é tão elevado que deve ser suportado por garantias comerciais. Esta abordagem leva, contudo, a entaves à criatividade pois novas ideias não são encaradas como garantias de sucesso. Felizmente, esta postura desencadeou a vontade de muitos criadores, profissionais e amadores, em seguir um caminho distinto. Sair da norma, experimentar novas ideias e fazer, não o tipo de videojogos que se imagina que possam ser mais lucrativos, mas os videojogos que os seus criadores realmente desejem concretizar. A visão pessoal, artística e criativa de um autor poderia assim ser transmitida através de um videojogo tal como acontece por exemplo com o cinema, literatura ou pintura.

A partir deste enquadramento, o objetivo do nosso projeto de investigação passou por responder à questão: quais as condições necessárias para considerar os videojogos *Indie* uma forma de expressão autoral? Com esse fim, organizamos um plano de trabalho subdividido em tópicos que visaram uma clarificação da terminologia utilizada a partir da revisão bibliográfica. Em segunda instância procedeu-se à verificação da hipótese colocada, a partir de um estudo estatístico e empírico, dos quais resultaram os seguintes tópicos de trabalho e reflexão:

- O conceito de videogame Indie
- O conceito de autor nos videogames
- Condições necessárias à expressão autoral nos videogames
 - A condição Criativa
 - A condição Estilística
 - A condição do Sentido (Significado)
- Avaliação da percepção pública / características específicas (estudo estatístico)
- Aplicação prática dos dados e verificação dos conceitos (estudo empírico)

O conceito de videogame Indie

Tal como em outras formas de cultura, o termo Indie, surge maioritariamente do conceito de independência criativa dos seus autores relativamente a editoras ou financiadores. No campo específico dos videogames parte de um *regresso aos básicos*, num tipo de produção individual ou em pequena escala. Em vez de se centrar no desenvolvimento tecnológico focou-se em valores criativos e na experimentação artística, numa postura oposta à restante indústria. Foi assim que, a partir de meios de produção mais limitados, criaram-se videogames como o *Braid*, *Limbo*, *World of Goo* e diversos outros, que se tornaram referências deste movimento. Os criadores destes e de outros projetos começaram a ganhar igualmente algum destaque dentro do campo do desenvolvimento de videogames, seja a partir de festivais e conferências, ou mesmo de documentários como o *Indie Game The Movie* (Pajot, Swirsky, 2012).

A abertura das plataformas de distribuição digital foi uma oportunidade importantíssima para que os criadores independentes pudessem vender os seus videogames a partir de lojas virtuais, já que os custos envolvidos num modelo de distribuição física seriam inabarcáveis neste segmento. Essa abertura em termos de distribuição e a disponibilização de *software* específico a custo reduzido e com bom apoio tutorial, motivaram uma produção massiva

de novos conteúdos. Verifica-se então uma saturação deste mercado, particularmente evidente no segmento dos dispositivos móveis, em que se torna difícil sobressair com um bom videogame. Isso acontece não só devido à existência de diversos títulos de qualidade, mas também de muitos outros que são apenas réplicas de ideias exaustivamente repetidas. Assim, a percepção do conceito de Indie como um sinónimo de criatividade e de experimentação artística, pode ser verificada em videogames como aqueles nomeados e distinguidos em eventos internacionais de referência (como o *Independent Games Festival* e o *Indiecade*), mas não deve ser associada indiscriminadamente a toda a produção independente.

Verificamos, portanto, que entre criadores, investigadores, jornalistas e jogadores o termo Indie é associado a um duplo significado: por um lado como um estilo, por outro como um modo de produção. Apesar de serem coincidentes em alguns casos, nem sempre o são, o que torna a sua utilização e compreensão ambígua. Assim, no âmbito desta investigação situamos o conceito *Indie* apenas como um modelo de produção:

- Videogame independente (Indie): um videogame criado por um indivíduo ou pequeno estúdio/equipa sem o apoio financeiro ou restrições criativas de uma produtora/editora durante a sua produção.

O conceito de autor nos videogames

Complementarmente ao conceito de videogame Indie como forma de produção, remetemos a dimensão qualitativa do termo, como forma de estilo, para um sentido de expressão autoral. Esse sentido é potenciado pelo modelo de produção independente ainda que de forma não exclusiva.

O conceito de autor é de complexa definição não só nos videogames mas também nas diferentes áreas criativas, principalmente em atividades colaborativas, como aquelas que tocam a nossa investigação. Nesse sentido esta pesquisa não teve por foco uma definição e restrição da noção de “autor de videogames”. Consideramos que esse estudo deverá partir de um maior

distanciamento temporal e análise da obra global desenvolvida por certos criadores com o fim de reduzir a subjetividade inerente à classificação e categorização da experiência artística.

Por outro lado, consideramos que a atribuição da autoria de um videojogo como uma assinatura em nome pessoal em detrimento de um maior anonimato a partir de um estúdio é pouco relevante pois, como verificamos, não existe uma regra que defina essa atribuição de uma forma ou de outra. Parte, por isso, de uma opção pessoal ou escolha estratégica de cada estúdio e em cada título produzido. Ainda assim, e sobretudo em estúdios Indie, devido à sua dimensão reduzida e ao pressuposto de uma maior partilha entre os diversos intervenientes, é expectável e compreensível que a autoria possa ser partilhada ou se reflita através da identidade não apenas de um criador, mas como nome de um determinado estúdio. Assim percebemos que:

- Uma maior identificação dos autores de videojogos pode ser útil como forma de se seguir, apreciar e estudar a obra de criadores ou estúdios;
- A atribuição da autoria de um videojogo a um autor singular ou estúdio parte sobretudo de opções pessoais e comerciais e não de um critério valorativo externo;
- Um critério de valorização e diferenciação qualitativa para *autor de videojogos* só deverá surgir de uma análise globalizante da sua obra;
- Mais relevante do que o conceito de *autor de videojogos* em si é o potencial dos videojogos poderem ser encarados como novas formas de expressão autoral a par de outras formas culturais como a pintura, música e cinema;
- O modelo de produção independente é mais permissível e potenciador de um maior sentido de expressão autoral, ainda que a mesma não seja exclusiva dele.

Condições necessárias à expressão autoral nos videojogos

A expressão autoral surge das formas como os videojogos poderão transmitir uma mensagem representativa de uma visão e estilos específicos a partir de

um autor, individual ou coletivo. Nesse sentido, os videogames de autor têm o potencial de progressivamente elevar os videogames além do campo do entretenimento. A partir daqui, e com o tempo, certos videogames atuais e passados podem ganhar relevância, não só como objetos nostálgicos ou curiosidades tecnológicas, mas também como fenômenos culturais.

Este tipo de abordagem é mais exigente em termos de experimentação e criatividade, mas resulta como o traço distintivo que tornou certos videogames Indie relevantes e, dessa mesma forma, num período de saturação de mercado, mostra ser um caminho viável, sustentável, mas também motivador. Nesse sentido, consideramos que para que se possa identificar certos videogames como formas de expressão autoral deve existir uma junção de três condições que se correlacionam:



Esquema. 3 - Condições necessárias ao videogame autoral

A condição Criativa

A criatividade deverá ser o ponto de partida para que qualquer videogame possa ser considerado como uma forma de expressão autoral e pode refletir-se em:

- Inovação - pode surgir a nível técnico mas também a nível de conteúdos, que se pretende que sejam diferenciadores;
- Experimentação Artística - pode refletir um maior contributo pessoal do autor e resultar em inovação a nível de conteúdos.

A condição Estilística

A partir de inovação e/ou experimentação artística a criatividade do criador deve resultar num videojogo com um estilo diferenciador. Esta segunda condição pode ter maior incidência na experiência audiovisual, na jogabilidade ou na sua narratividade, mas idealmente, deverá ser relevante em todas elas:

- **Jogabilidade** – a existência de géneros de jogabilidade relativamente delimitados não deve ser restritiva à criatividade e, a partir dos mesmos ou da sua transgressão, podem surgir conceitos inovadores e formas de jogar e comunicar distintas;
- **Estética** – na qual englobamos toda a construção audiovisual do videojogo, mostra-se como a forma mais imediata ou direta de ser representativa de estilos distintos seja a nível visual, de sonoridades ou ambiências;
- **Narrativa** – o potencial do contar histórias significativas que se integrem organicamente com a jogabilidade leva a uma abertura dos videojogos além da simples experiência lúdica para novas formas de expressão.

A condição do Sentido (Significado)

Resultante da condição de estilo, que por sua vez deriva da condição criativa, a condição do Sentido (Significado) advém da partilha de um ponto de vista ou de uma mensagem que surge, de forma diferenciadora, a partir da jogabilidade e da construção audiovisual e narrativa do videojogo autoral. É o elemento unificador que confere um significado às suas partes sendo que, na sua ausência, pode verificar-se apenas um exercício de estilo, sensorialmente válido e interessante, mas desprovido de intenção ou significado como

comunicante de um conceito ou ideia. Nesse sentido, a importância do significado do videogame deverá ser identificável a dois níveis:

- **Impacto Pessoal** – como pode afetar cada jogador de forma íntima e fazê-lo refletir além da reatividade imediata da jogabilidade;
- **Impacto Sociocultural** – como pode afetar grupos de jogadores, a indústria dos videogames ou a sociedade no global, seja a partir dos conteúdos em si ou de fenômenos sociológicos derivados deles.

Avaliação da percepção pública / avaliação de características específicas (Estudo Estatístico)

Realizamos um Estudo Estatístico que teve por base os videogames nomeados para o maior festival de videogames independentes, o *Independent Games Festival*, que permitiu comprovar e reconhecer as características comuns dos títulos finalistas e premiados, além da evolução de estilos e tendências neste campo. Podemos verificar que:

- Existe um progressivo afastamento por parte dos criadores independentes de uma postura de imitação do tipo de conteúdos desenvolvidos por grandes estúdios, o que leva a uma menor competição direta entre os mesmos, rumo a caminhos distintos;
- A utilização de linguagens próprias ou com influências diversas é uma alternativa viável a uma adaptação da linguagem cinematográfica de Hollywood;
- Os videogames têm uma grande versatilidade como objetos comunicantes não necessitando de se restringir o seu foco maioritariamente à ação;
- Existe um renovado interesse pela criação de videogames 2D;
- É verificável uma tendência para a utilização de estilos gráficos alternativos a partir de diferentes técnicas e influências;
- A exploração da narrativa é cada vez mais pertinente e mostra que os criadores independentes começam a usar o meio dos videogames não só

pela sua jogabilidade mas pelo potencial de, a partir dela, contar histórias e explorar universos audiovisuais e interativos distintos;

- Apesar disto, a aceitação pública dos videojogos com um carácter predominantemente experimental tende a ser mais difícil o que denota que estes tipos de experiências poderão ser melhores recebidos e apreciados em públicos de nicho.

Realizamos também um inquérito a uma amostra generalista de pessoas entre jogadores, criadores e não-jogadores e procedemos à análise estatística dos seus resultados. A partir daí podemos reforçar o entendimento da perceção pública relativamente à questão Indie e autoral percebendo que:

- Apesar de alguma confusão e nalguns casos até desconhecimento, o termo Indie começa a ser cada vez mais associado apenas a um modelo de produção;
- A questão autoral, e o reconhecimento de autores específicos, mostra ainda não estar enraizada na cultura dos videojogos e, por isso, existe claramente espaço para uma evolução nesse sentido.

Aplicação prática dos dados e verificação dos conceitos (Estudo Empírico)

O estudo empírico realizado ajudou a perceber a liberdade, mas também as dificuldades que os estúdios independentes acarretam. A partir do estúdio *Imaginary Labs* desenvolvemos três projetos distintos onde procuramos refletir e aplicar, de forma prática, as diferentes condições necessárias ao desenvolvimento de videojogos autorais:

- ***Free that Fish*** - Compreendemos que apesar da criatividade ser a primeira condição à expressão autoral nos videojogos, um videojogo criativo por si só não se correlaciona diretamente com um sentido de autoria. Certos videojogos funcionam melhor em certos segmentos e, especificamente neste caso, o segmento casual não se coaduna tão proximamente com valores de experimentação audiovisual e conceptual.

A adoção de linguagem, códigos e estratégias específicos que procuram uma eficácia comercial mostram ser mais relevantes na criação deste tipo de videojogos do que uma exploração autoral mais restritiva e despreocupada com essa componente.

- **Guts** - Verificamos que a adoção de um estilo visual distinto que mistura desenho à mão e 3D é relevante como uma forma de captar a atenção de jogadores apreciadores de experiências visualmente alternativas. Deve ter-se em conta, contudo, que serão sempre públicos mais restritos. Apesar disso, e de ter uma abordagem criativa e experimental a partir de uma jogabilidade simples, este videojogo enquadra-se num campo de experiência quase puramente sensorial. Por essa razão, o seu potencial como forma de expressão autoral é ainda incompleto pois tem como fim apenas o entretenimento e não existe a intenção de uma mensagem relevante a passar, o que condiciona o seu possível impacto a nível pessoal e sociocultural e, consequentemente, a relevância do seu significado no meio.
- **On the Memory Lane** tornou-se o projeto foco de exploração da expressão autoral por parte da *Imaginary Labs*. Este videojogo apresenta o potencial de conjugação das três condições necessárias já referidas num resultado que se espera ser coerente. Parte de um conceito forte, íntimo e adulto, que se reflete de uma forma visualmente distinta e com o qual interagimos a partir de uma jogabilidade inovadora. Reflete-se, portanto, numa forma de transmitir uma mensagem apenas possível na linguagem de um videojogo mas que ao mesmo tempo a subverte e a usa de forma criativa e inesperada. A construção audiovisual e interativa que se usa para comunicar com o jogador não se restringe a convenções, em vez disso parte inteiramente de uma jogabilidade, exploração estética e conceptual, resultantes da intenção direta dos seus autores.

Projetos Futuros

Passando além do campo da criação e processo de trabalho, seria desejável proceder-se à distribuição comercial e análise dos resultados dos projetos práticos em curso. Isso implicaria, contudo, que este trabalho de investigação se alongasse consideravelmente para além dos limites estabelecidos, pelo que esse tipo de análise será tida em conta como trabalho de investigação futura. Isso implicará necessariamente um trabalho intenso e continuado nos projetos curso e, eventualmente, noutros que se seguirão.

Pretendemos prosseguir também com a monitorização e análise dos videojogos nomeados para os principais festivais independentes numa atualização dos dados apurados até à presente data. Consideramos que esse trabalho é importante pois implica a análise dos dados resultantes da escolha, pelos seus pares, dos videojogos independentes mais relevantes em cada ano.

Devemos reconhecer a importância que Shigeru Myamoto, Hideo Kojima, Sid Meier, Will Wright, Peter Molyneux, entre outros, têm nesta indústria como criadores que impulsionaram a arte e tecnologia dos videojogos para novos géneros e patamares. Alguns deles apresentam certamente uma visão autoral distinguível nos seus videojogos, mas a importância do movimento independente, que se evidenciou nos últimos anos, marcou um ponto de viragem na história dos videojogos rumo a uma exploração mais consciente e determinada nesse sentido. Assim sendo, a obra de criadores independentes como Jonathan Blow, Edmund McMillen ou Davey Wreden, entre outros, é ainda muito recente e não demasiado extensa, mas apresenta portfólios em desenvolvimento com um carácter tendencialmente autoral. Um estudo posterior, transversal à obra destes e de outros criadores será certamente um tema de investigação relevante. Dessa forma poderemos indagar se certos criadores e estúdios desenvolveram, ao longo do seu percurso profissional e artístico, videojogos de autor apenas como experiências impactantes mas autocontidas ou se, de facto, na análise global do trabalho produzido mostraram-se como autores de videojogos relevantes.

Seguir a obra de realizadores de cinema, músicos, escritores ou artistas é algo perfeitamente comum e aceite nessas diversas formas culturais e, por isso, também o poderá vir a ser, de forma mais notória e relevante, no campo dos videojogos. A criação independente de videojogos motivou uma liberdade criativa e um potencial de abordagens diversificado que contribui para a elevação deste meio além do mero entretenimento rumo a uma forma alternativa de comunicação de mensagens, sentimentos ou ideologias. Uma forma de cultura e expressão autoral.

Bibliografia

Livros

- ADAMS, E., ROLLINGS, A.(2007) *Fundamentals of game design*, Pearson/Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
- ALTMAN, R. (2006 [1999]) *Film / Genre*. London: BFI Publishing.
- ANDREAS, J. (2006) *Der Widerspenstigen Zähmung? Zur Politik der Repräsentation im gegenwärtigen US-amerikanischen Independent-Film*, Bielefeld: transcript.
- BARROSO, I. (2016) *(R)evolução interativa*, FD Publishing.
- BORDWELL D.; THOMPSON, K. (2012) *Film Art: An Introduction*, McGraw-Hill Higher Education.
- CAILLOIS, R. (1990) [Paris, 1958], *Os Jogos e os Homens*, Lisboa: Edições Cotovia.
- CARITA, A. (2012) *Videojogos Obras abertas a experiências imersivas, correlações criativas e experimentações comunicativas*. Universidad Politécnica de Valencia.
- CRAWFORD, C. (1997), *The Art of Computer Game Design*, Vancouver: Washington State University.
- CRAWFORD, C. (2003), *Chris Crawford on game design*, EUA, New Riders Publishing.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1990) *Flow: the psychology of optimal experience*, Harper & Row, New York.
- CULIN, S. (1895) *Games of The Orient*. Washington DC, Dover Publications.
- DIAS, A. (2012) *A Novela Gráfica*, tese de Doutoramento, Faculdade de Letras do Porto.

- DONOVAN, T. (2010) *Replay: The History of Video Games*, Yellow Ant, East Sussex.
- GOUVEIA, P. *Artes e jogos digitais: estética e design da experiência lúdica*, Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas.
- GRIEBSCH, R. (2012) *The Indie Game* M.Sc.Thesis in Media Technology & Games at IT University of Copenhagen, Denmark
- HUIZINGA, J. (1980) *Homo Ludens*, The Beacon Press, Boston.
- JÄRVINEN, A. (2008) *Games without Frontiers: Theories and Methods for Game Studies and Design*. PhD, University of Tampere.
- JUUL, J. (2005), *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- KENT, S. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond- The Story That Touched Our Lives and Changed the World* (First ed.). Roseville, California: Prima Publishing.
- MALRIEU, P. A (1997) *Construção do Imaginário*, Instituto Piaget.
- MITHEN, S. (1999) *The Prehistory of the Mind: The Cognitive Origins of Art, Religion and Science*. Thames & Hudson.
- PARLETT, D. *Oxford History of Board Games*, Oxford University Press.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (2004), *Rules of Play: Game Design Fundamentals*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- SOLARSKI, C. (2012) *From Botticelli's Venus to Super Mario: The Evolution of Art History and Future of Video Games*, Smithsonian American Art Museum, Washington, D.C.
- STEINBERG, S. (2007). *The definitive guide: Videogame marketing and PR* (First ed.). USA: iUniverse, Inc.
- WALTER. B (1936) *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*.

- WHITTAKER, J. (2004). *The cyberspace handbook*. Routledge.
- WINNICOTT, D. (1971) *Playing and Reality* Psychology Press.
- WITTGENSTEIN, L. (1953) *Philosophical Investigations*, Oxford, Basil Blackwell.
- WOLF, M. J. P. (2002) *The Medium of the Video Game*. Austin: University of Texas.
- WOLF, M. J. P., (2008) *The Video Game Explosion A History From PONG to Playstation and Beyond*, Greenwood Press, London.
- ZAGALO, N. (2009) *Emoções interativas. Do cinema para os videojogos*. Coimbra, Grácio Editor.

Artigos impressos e publicações periódicas

- AARSETH, E. (2003) *Playing Research: Methodological Approaches to Game Analysis*, Computer Game Theory Compendium, edited by Gordon Calleja, Fall 2007, IT University of Copenhagen
- AARSETH, E. (2004) *The Game and its Name: What is a Game Auteur?*, Visual Authorship: Creativity and Intentionality in Media, Torben . Grodal el al., 261-269, Copenhagen: Museum Tusculanums Press
- ARSENAULT, D. (2009) *Video Game Genre, Evolution and Innovation* Eludamos. Journal for Computer Game Culture. 3, p. 149-176
- BACHUS, K. (2012) *The Art of Video Games: From Pac-Man to Mass Effect*, eds. Chris Melissinos e Patrick O'Rourke, New York: Welcome, 66
- CARR, D.; BUCKINGHAM, D.; BURN, A.; SCHOTT, G. (2006) *Computer Games: Text, Narrative and Play* Cambridge: Polity Press.
- CHARLES, F., Cavazza, M.,& Mead S. J. (2002) *Interactive Storytelling: From Computer Games to Interactive Stories*. The Electronic Library, 20:2, pp. 103-112.
- COOK, P. (1985) *Authorship and Cinema*, The Cinema Book, 114-206. London: British Film Institute
- CORRADO M, (2010) INTRODUCTION, Artists Re:thinking Games, Eds. Ruth Catlow, Marc Garrett e Corrado Morgana (Liverpool: FACT, Foundation for Art and Creative Technology, 10-11.
- CULIN, S. (1907) *24th Annual Report of the Bureau of American Ethnology: Games of North American Indians*. Washington DC, Dover Publications.
- DAMÁSIO, A. (1994) *O Erro de Descartes - Emoção, Razão e Cérebro Humano*, Trad. Dora Vicente e Georgina Segurado, Publicações Europa-América, Lisboa, 1995
- DANTO, A. (1988) *Artifact and Art*. In Art/Artifact, Susan Vogel. New York

- FERCHMIN, P.; ETEROVIĆ, A. (1982). *Play stimulated by environmental complexity alters the brain and improves learning abilities in rodents, primates, and possibly humans*. Behavioral and Brain Sciences, 5, pp 164-164 doi:10.1017/S0140525X00011031
- FINKEL, I. L. (2008) ed., *Ancient Board Games in Perspective: Papers from the 1990 British Museum colloquium with additional contributions*, London, British Museum Press.
- FREEMAN, D. (2004) *Creating emotion in games: the craft and art of emotioneering*, Indianapolis, Ind., New Riders,
- GEE, J. P. "Learning and Games." *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 21–40. doi: 10.1162/dmal.9780262693646.021
- GILLAIN, A (2013) *François Truffaut: The Lost Secret*, Indiana University Press
- GNADÉ, M. (2009) *Editorial*, Indie games magazine, 2
- HAGEN, U. (2009) *Where do Game Design Ideas Come From? Innovation and Recycling in Games Developed in Sweden*, Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. Proceedings of DiGRA
- HELMAN, N., (2004) "Yes but it is a Game?". In *Gamers, writers, artists e programmers on the pleasures of pixels*, ed. S.Compton, Soft Skull Press, New York, pp. 225-237
- JAHN-SUDMANN, A. (2008) *The Logic of Distinction of Independent Games* Eludamos. Journal for Computer Game Culture. 2008, 2 (1), p.5-10
- KAYALI, F. SCHUH, J. (2011) *Retro Evolved: Level Design Practice exemplified by the Contemporary Retro Game* Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play.
- KELMAN, N. (2006) *Video Game Art*, Assouline, ISBN-10 2843237297

- KING, G. (2005) *American Independent Cinema*. London, New York: I.B. Tauris, pp. 1-2.
- MAGILL, F. (1974). *Cyclopedia of World Authors. vols. I, II, III (revised ed.)*. Englewood Cliffs, New Jersey: Salem Press. pp. 1–1973.
- MALONE, T. (1980) *Toward a theory of intrinsically motivating instruction*, Cognitive science 5.4 (1981): 333-369.
- MARONEY, K. (2001). *My Entire Waking Life*. The Games Journal, May.
- MARTIN, B. (2007) *Should Videogames Be Viewed as Art?*, in Videogames and Art, eds. Andy Clarke and Grethe Mitchell. Bristol: Intellect, 205.
- MIKA, M. (2012) *Introduction, The Art of Video Games: From Pac-Man to Mass Effect*, eds. Chris Melissinos e Patrick O'Rourke, New York: Welcome, 11.
- PALAGI, E., CORDONI, G.; BORGOGNINI TARLI, S. M. (2004), *Immediate and Delayed Benefits of Play Behaviour: New Evidence from Chimpanzees (Pan troglodytes)*. Ethology, 110: 949–962. doi: 10.1111/j.1439-0310.2004.01035.x
- PARV, T. (2006) *The Value of Video Games as Art Work*, Medi@terra. Gaming Realities. A Challenge for Digital Culture ed. by Manthos Santorineos (Athens: Fournos Centre for the Digital Culture, 2006) Athens October 4-8, 293-299
- PEITZ, M., & WAELBROECK, P. (2005). *An Economist's Guide to Digital Music*. CESifo Economic Studies, 363
- RYAN, M. (2004) *Narrative Across Media. The Languages of Storytelling*, Lincoln, University of Nebraska Press.
- RUSSELL, J. A., (1980) *A circumplex model of affect* in *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1161-1178

- SARRIS, A. (2004) *Notes on the Auteur Theory*, Film Theory and Criticism, Leo Braudy and Marshall Cohen, 561-564. New York: Oxford University Press
- SCHELL, K. (2012) *The Art of Video Games: From Pac-Man to Mass Effect*, eds. Chris Melissinos e Patrick O'Rourke, New York: Welcome, 176
- SHERRY, J. (2001), *The effects of violent video games on aggression*. Human Communication Research, 27: 409–431. doi: 10.1111/j.1468-2958.2001.tb00787.x
- SIMMONS, T. (2009) *Media / Entertainment* St. Edward's University DMBA6217: Digital Media & Entertainment
- SIMON, B. (2013) *Indie Eh? Some kind of Game Studies*¹ Technoculture, Art and Games (TAG) Concordia University, Montreal Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association
- SOUSA, J. (2010) *O Drama nas Curtas-Metragens de Animação*, Universidade Católica Portuguesa.
- STEIGER, J. (2003) *Authorship Approaches*, Authorship and Film, edited by David A. Gerstner and Janet Steiger, 27-57. New York: Routledge
- VALINHO, P. (2008) *Edutainment : facilitação da aprendizagem.Saber (e) Educar*. Porto:ESE de Paula Frassinetti. N.º 13, p. 31-41.
- VORDERER, P. (2001) *It's all entertainment-sure. But what exactly is entertainment?* Communication research, media psychology and the explanation of entertainment experiences, in *Poetics*, 29, 247-261
- WELLS, J. R., & RAABE, E. A. (2007). *Update: The Music Industry in 2006*. Harvard Business, 2-3
- WRIGHT, W.(2004) Foreword. In David Freeman, *Creating emotion in games: the craft and art of emotioneering*, Indianapolis, Ind., New Riders

ZIMMERMAN, E. (2002) Do Independent Games Exist? In: Lucien King (ed.): The History and Culture of Videogames. London: Laurence King Publishing, pp. 120-9

Artigos disponíveis online

2D Boy. (2012) *About* Disponível em <<http://2dboy.com/about.php>>. Consultado a 04-09-2014

AARSETH, E. (2001) *Computer Game Studies, Year One* Game Studies, vol. 1, issue 1 (July). Disponível em:
<<http://gamestudies.org/0101/editorial.html>>. Consultado a 14-08-2013

ALEXANDER, L. (2010) *road to the igf: Limbo's Dino Patti*, Disponível em:
<http://www.gamasutra.com/view/news/27043/Road_To_The_IGF_Limbo_Dino_Patti.php>. Consultado a 15-06-2013

ANTOMIADES, T. (2014) *The independent AAA proposition* Disponível em
<<http://www.hellblade.com/?p=16972>>. Consultado a 16-10-2015

ARJORANTA, J. (2014) *Game Definitions, A Wittgensteinian Approach*.
Disponível em < <http://gamestudies.org/1401/articles/arjoranta>>.
Consultado a 13-01-2013

ASTRUC, A.(1948) *the birth of a new avant-garde: la camera-stylo* originally printed in 'L'Écran française' 30 March 1948 as "Du Stylo à la caméra et de la caméra au stylo" Disponível em
<<http://www.newwavefilm.com/about/camera-stylo-astruc.shtml>>.
Consultado a 02-02-2013

BARTHES, R. (1967) *The death of the author*, Disponível em
<<http://artsites.ucsc.edu/faculty/Gustafson/FILM%20162.W10/readings/barthes.death.pdf>>. Consultado a 03-10-2015

BLOW, J. (2006) *There's not enough innovation in games!* Disponível em
<http://number-none.com/blow/slides/rant_2006.html>. Consultado a 15-03-2013

BLOW, J. (2007), *Indie Prototyping Braid Making Innovative*, Independent Game Summit. Disponível em:

<http://www.gdcvault.com/play/1014831/Indie-Prototyping-Braid-Making-Innovative>>. Consultado a 20-05-2014

BOYER, B. (2013) *Independent games festival*, Disponível em: <<http://igf.com>>

CARDOSO, P. (2013) *Transcoding Action: A perspective on the articulation between the player's and system's actions in video games*, Videojogos 2013, Disponível em <http://vj2013.dei.uc.pt/wp-content/uploads/2013/09/vj2013_submission_24.pdf>. Consultado a 25-01-2014

CARLESS, S. (2010) *Independent Game Luminaries Announce Indie Fund* Disponível em <http://www.gamasutra.com/view/news/27446/Independent_Game_Luminaries_Announce_Indie_Fund.php>. Consultado a 10-15-2013

CLARK, R. (2015) *The 5 Myths of the Indiepocalypse* Disponível em <http://gamasutra.com/blogs/RyanClark/20150908/253087/The_5_Myths_of_the_Indiepocalypse.php>. Consultado a 19-01-2016

CLARYSSE, P. (2015) *How seriously and PewDiePie fired best fiends up the charts* Disponível em <<http://www.pocketgamer.biz/feature/60678/how-seriously-and-pewdiepie-fired-best-fiends-up-the-charts/>>. Consultado a 11-10-2015

COSTIKYAN G. (2000) *Scratchware Manifesto* Disponível em <http://autofish.net/video_games/creation/scratch.html>

COSTIKYAN, G. (1994) *I have no words & I must design. Interactive Fantasy*, 2. Disponível em <<http://www.costik.com/nowords.html>>. Consultado a 15-01-2013

COSTIKYAN, G. (2005) *Death to the Game Industry*, Disponível em <<http://www.costik.com/articles.html>>. Consultado a 03-05-2013

CRESCENTE. B. (2014) *indies third party games are vitas focus moving forward*, Disponível em:

<http://www.polygon.com/2014/6/18/5820824/indies-third-party-games-are-vitas-focus-moving-forward>>. Consultado a 06-05-2015

COUNCIL OF EUROPE, (2001) Disponível em

<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=206451>>. Consultado a 01-10-2014

DAHLEN, C. (2008) *Game Designer Jonathan Blow: What We All Missed About Braid*, Disponível em <http://www.avclub.com/article/game-designer-jonathan-blow-what-we-all-missed-abo-8626>>. Consultado a 11-11-2011

DELEUZE, G. (1987) *Conférence donnée dans le cadre des “Mardis de la Fondation”* Disponível em http://www.dailymotion.com/video/x1dlfsr_gilles-deleuze-o-que-e-o-acto-de-criacao-legendas-em-portugues_creation>. Consultado a 03-10-2015

DEMIRBAS, Y. (2008) *Towards a New Understanding of Games: Auteur Game Criticism*, Disponível em: <http://www.ludology.org/2008/03/game-auteurs.html>>

DJAOUTI, D. ALVAREZ, J; JESSEL, J. (2015) *Classifying Serious Games: the G/P/S model* Disponível em: http://www.ludoscience.com/files/ressources/classifying_serious_games.pdf>. Consultado a 16-10-2015

DUGAN, P. (2010) *Interview That Game Companys Santiago Hunicke On Designing for the Love* Disponível em http://gamasutra.com/view/news/26910/Interview_ThatGameCompanys_Santiago_Hunicke_On_Designing_For_The_Love.php>. Consultado a 11-03-2014

DUTTON, F (2012) *What is indie?* Disponível em <http://www.eurogamer.net/articles/2012-04-16-what-is-indie>>. Consultado a 11-03-2014

EBERT R. (2010) *Okay kis play on my lawn* Disponível em
<<http://www.rogerebert.com/rogers-journal/okay-kids-play-on-my-lawn>>.
Consultado a 03-10-2015

EBERT, R. (2010). *Video games can never be art* Chicago Sun-Times
Disponível em <<http://www.rogerebert.com/rogers-journal/video-games-can-never-be-art>>. Consultado a 14-08-2013

EDGE (2013) *Why That Game Company nearly fell apart after releasing Journey and what's next for the studio*, Disponível em
<<http://www.edge-online.com/features/why-thatgamecompany-nearly-fell-apart-after-releasing-journey-and-whats-next-for-the-studio/>>.
Consultado a 11-06-2013

EMERSON J. (2006) *Video games the epic debate*, Disponível em
<<http://www.rogerebert.com/scanners/video-games-the-epic-debate>>.
Consultado a 03-10-2015

EREMEYEV, I. (2015) *The meaning of the "game as a service"* Disponível em
<http://www.gamasutra.com/blogs/IlyaEremeyev/20150729/249774/True_meaning_of_the_quotGame_as_a_servicequot.php>. Consultado a
16-10-2015

ERNKVIST, M. (2006) *Down Many Times, but Still Playing the Game* Disponível
em <<http://www.helsinki.fi/iehc2006/papers2/Ernkvist.pdf>>. Consultado
a 19-01-2016

ESA (2015) *Essential facts about the computer and video game industry*
Disponível em <<http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>>. Consultado a
16-10-2015

ESA (2014) *Games: Improving the Economy*, Disponível em
<http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2014/11/Games_Economy-11-4-14.pdf>. Consultado a
02-11-2015

- FERGUNSON, K. (2012) *Everything is a Remix*, TED Talks, disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=zd-dqUuvLk4>>. Consultado a 04-11-2014
- FREEMAN, W. (2012) *Dys4ia; Roar Rampage; Dude, Where's My Planet?* – review, Disponível em <<http://www.theguardian.com/technology/2012/may/06/dys4ia-roar-rampage-dude-planet>>. Consultado a 03-10-2015
- MCMMASTER, J. (2006) *Beyond Machinima: Rudy Poat and John Gaeta on the Future of Interactive Cinema*, disponível em <http://www.gamasutra.com/view/feature/130219/beyond_machinima_rudy_poat_and_.php>. Consultado a 10-11-2015
- GALYONKIN, S. (2015) *On #Indiepocalypse: What is really killing indie games*, Disponível em < <https://medium.com/steam-spy/on-indiepocalypse-what-is-really-killing-indie-games-3da3c3a1ea76#.7wnxe29ty>>. Consultado a 19-01-2016
- GAVIN, E. (2014) *Press Start: Video Games and Art*, Disponível em <<https://www.lvc.edu/vhr/articles/gavin.pdf>>. Consultado a 06-10-2015
- GNADE, M. (2010) *What Exactly is an indie game?* Disponível em <<http://www.indiegamemag.com/what-is-an-indie-game/>>. Consultado a 11-03-2014
- GRACE, L. (2012) *IGF Main Competition Rules* Disponível em <<http://www.igf.com/rules.html>>.. Consultado a 04-09-2014
- GRAFT, K. (2015) *500 games launched per day on iOS last year (and other digital sales facts)* Disponível em <http://www.gamasutra.com/view/news/237811/500_games_launched_per_day_on_ios_last_year_and_other_digital_sales_facts.php>. Consultado a 01-10-2015
- GREENWOOD-ERICKSEN, A. POORMAN, S. PAPP, R. (2013) *On the Validity of Metacritic in Assessing Game Value* Eludamos. Journal for Computer

- Game Culture. 2013; 7 (1), pp. 101-127, Disponível em
<http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/viewArticle/vol7no1-6/7-1-6-html>>. Consultado a 20-05-2014
- GRIL, J. (2008) *The State of Indie Gaming* Disponível em
http://www.gamasutra.com/view/feature/132041/the_state_of_indie_gaming.php?page=1>. Consultado a 11-03-2014
- GRUBB, J. (2014) *Why triple A devs are going indie and why indie aren't going triple A* Disponível em <http://venturebeat.com/2014/07/18/why-triple-a-devs-are-going-indie-and-why-indie-arent-going-triple-a/>>. Consultado a 11-05-2015
- HAMBURGER, E. (2014) Indie smash hit 'Flappy Bird' racks up \$50K per day in ad revenue, Disponível em:
<http://www.theverge.com/2014/2/5/5383708/flappy-bird-revenue-50-k-per-day-dong-nguyen-interview>>. Consultado a 13-10-2015
- HILLARD, K. (2013) *The Stanley Parable Has Sold More Than 100,000 Copies Since Launch* Disponível em:
<http://www.gameinformer.com/b/news/archive/2013/10/20/the-stanley-parable-has-sold-more-than-100-000-copies-since-launch.aspx>>. Consultado a 20-05-2014
- HOLLISTER, S. (2013) *FEZ II abruptly canceled after developer Phil Fish explodes in rage* Disponível em
<http://www.theverge.com/2013/7/27/4563738/fez-ii-abruptly-canceled-after-developer-phil-fish-explodes-in-rage>>. Consultado a 11-10-2014
- HOUGHTON, D. (2015) *Sony now admitting partnering Shenmue 3 Kickstarter leaves bad taste my mouth* Disponível em
<http://www.gamesradar.com/sony-now-admitting-partnering-shenmue-3-kickstarter-leaves-bad-taste-my-mouth/>>. Consultado a 11-10-2015
- JAFFIT, M. (2015) *Indipocalypse, of the birth of the Triple-I?*, Disponível em
<https://medium.com/@morganjaffit/indipocalypse-or-the-birth-of-triple-i-eba64292cd7a#.gal41mmji>>. Consultado a 19-01-2016

- KEANE, Ng. (2009) *Braid Cost \$200,00 to Make* Disponível em <http://www.escapistmagazine.com/news/view/90505-Braid-Cost-200-000-To-Make>>. Consultado a 15-03-2013
- KICKSTARTER (2015) *most funded* Disponível em <https://www.kickstarter.com/discover/most-funded>>. Consultado a 01-07-2015
- LIGMAN, K. (2013) *BioShock 2's creative lead is going independent* Disponível em http://www.gamasutra.com/view/news/195495/BioShock_2s_creative_lead_is_going_independent.php>. Consultado a 01-12-2014
- MACHKOVECH, S. (2015) *So long, Ouya! Razer acquires microconsole's storefront, technical team* Disponível em <http://arstechnica.com/gaming/2015/07/so-long-ouya-razer-acquires-microconsoles-storefront-technical-team/>>. Consultado a 01-10-2015
- MASSONGILL, J. (2015) *The Witness: Inside One of 2016's Most Important Games*, Disponível em <http://blog.us.playstation.com/2015/09/21/the-witness-inside-one-of-2016s-most-important-games-2/>>. Consultado a 20-05-2015
- MCMILLEN, E. (2012) *Should beginning game developers learn Flash?* entrevista vídeo disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=8THGsx1IQvs>>. Consultado a 15-03-2013
- MMI (1989) Collection Spotlight, *Videogames at Moving Image*, Museum of the Moving Image, Disponível em <http://www.movingimage.us/collection/videogames>>. Consultado a 16-05-2015
- MORIARTY, C. (2014) *GDC: Most Players Don't Finish Games* disponível em <http://www.ign.com/articles/2014/03/17/gdc-most-players-don't-finish-games>>. Consultado a 03-10-2015

- MORIARTY, C. (2012) *The House That God of War Built: Sony Santa Monica The past, present and future of PlayStation's western flagship*, Disponível em: <<http://uk.ps3.ign.com/articles/122/1221111p3.html>>. Consultado a 15-06-2013
- OWEN (2014) *yes we're being bought by Microsoft*, Disponível em <<https://mojang.com/2014/09/yes-were-being-bought-by-microsoft/>>. Consultado a 16-05-2015
- PARKER, F. (2013) *An Art World for Artgames*, disponível em <<http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/119>>. Consultado a 03-10-2014
- PARKIN, S. (2008) *Jonathan Blow: The Path to Braid*. Disponível em <http://www.gamasutra.com/view/feature/132180/jonathan_blow_the_path_to_braid.php>. Consultado a 15-03-2013
- PERSSON, M. (2014) *The original Minecraft has sold 15 million copies! Time to celebrate!*, Disponível em <<https://twitter.com/notch/status/461043208563474432>>. Consultado a 15-06-2015
- PLAYSTATION (2012) *Journey breaks psn sales records*, Disponível em <<http://blog.eu.playstation.com/2012/03/29/journey-breaks-psn-sales-records/>>. Consultado a 20-05-2014
- PRATT, C. (2010) *The Art History... Of Games? Games As Art May Be A Lost Cause*. Disponível em <http://www.gamasutra.com/view/news/27133/The_Art_History_Of_Games_Games_As_Art_May_Be_A_Lost_Cause.php>. Consultado a 20-05-2014
- PHILIPS, T. (2013) Tomb Raider writer discusses Lara Croft's kill count, Disponível em <<http://www.eurogamer.net/articles/2013-03-21-tomb-raider-writer-discusses-lara-crofts-kill-count>>. Consultado a 01-11-2015

- PLUTCHIK, R. (2001), *The Nature of Emotions*, in *American Scientist Online*, Volume: 89 Number 4, disponível em <http://www.americanscientist.org/issues/feature/2001/4/the-nature-of-emotions>>. Consultado a 10-11-2015
- REYNOSO, D. (2013) *Indie Movies* Disponível em <http://www.hollywoodreporter.com/gallery/>> Consultado a 11-03-2014
- ROHRER, J. (2007) *What I was trying to do with passage*, Disponível em <http://hcsoftware.sourceforge.net/passage/statement.html>>. Consultado a 03-05-2013
- ROSE, M. (2013) *Everyone ran off to mobile and left the door unlocked for us* Disponível em http://www.gamasutra.com/view/news/196063/Everyone_ran_off_to_mobile_and_left_the_door_unlocked_for_us.php>. Consultado a 01-10-2015
- ROSE, M. (2013) *Mark Cerny on “bridging the gap” between casual and console* Disponível em http://www.gamasutra.com/view/news/195940/Mark_Cerny_on_bridging_the_gap_between_casual_and_console.php>. Consultado a 01-10-2015
- ROSEN, D. (2009) *What are indie games* Disponível em <http://blog.wolfire.com/2009/08/what-are-indie-games/>>. Consultado a 11-10-2013
- SAMYN, M. (2010) *Not a manifesto* Disponível em <http://notgames.org/blog/2010/03/19/not-a-manifesto/>>. Consultado a 01-10-2013
- SAPIEHA, C. (2014) *Double Fine’s Broken Age shows what \$3.3-million buys in a Kickstarter game*, Disponível em http://business.financialpost.com/2014/01/29/double-fines-broken-age-shows-what-3-3-million-buys-in-a-kickstarter-game/?_lsa=1c01-22ac>. Consultado a 11-06-2015

- SICART, M. (2008). *Defining Game Mechanics*, Disponível em:
 <<http://gamestudies.org/0802/articles/sicart>>. Consultado a 06-10-2013
- SINCLAIR, B. (2013) *Splinter Cell Blacklist sell 2 million*. Disponível em
 <<http://www.gamesindustry.biz/articles/2013-11-13-splinter-cell-blacklist-sells-2-million>>. Consultado a 06-05-2015
- SLOVIN R. (2009). *Reflections on the first museum retrospective of the video arcade game*, Disponível em
 <<http://www.movingimagesource.us/articles/hot-circuits-20090115>>. Consultado a 14-08-2013
- SOLOMON, J. (2013) *Is Freemium a Viable SaaS Business Model?* Disponível em <<https://www.chargebee.com/blog/freemium-viable-saas-business-model/>>. Consultado a 01-03-2015
- SOUSA, J. (2015) *Quem faz jogos em Portugal?* Revista PUSHSTART, N°49 pp. 38-40. Disponível em
 <<http://revistapushstart.com/2015/01/06/pushstart-no49-janeiro-de-2015/>>. Consultado a 20-12-2015
- STAMFORD, C. (2014) *Gartner Says Less Than 0.01 Percent of Consumer Mobile Apps Will Be Considered a Financial Success by Their Developers Through 2018* Disponível em
 <<http://www.gartner.com/newsroom/id/2648515>>.
- STATISTA (2015) *Share of violent vs non-violent video games played in the US* Disponível em <<http://www.statista.com/statistics/246715/share-of-violent-vs-non-violent-video-games-played-in-the-us/>>. Consultado a 16-10-2015
- STERN, C. (2012) *Humble sure, Indie not so much*
 <http://www.gamasutra.com/blogs/CraigStern/20120602/171683/Humble_Sure_Indie_Not_so_much.php>. Consultado a 10-15-2013

- STROCK, T. (2012) *Is the Mobile App Market Too Saturated?* Disponível em <http://onlineincometycoon.com/is-the-mobile-app-market-too-saturated/>>. Consultado a 01-10-2015
- TAKAHASHI, D. (2013) In the land of Angry Birds: Rovio reveals its global entertainment ambitions, Disponível em http://venturebeat.com/2013/11/24/in-the-land-of-angry-birds-my-trip-to-rovios-headquarters-photo-gallery/?utm_source=scoopinion>. Consultado a 16-11-2015
- THIELEN, W. (2012) *Steps to Book Publishing, Writer's Digest* Disponível em <http://www.writersdigest.com/writing-articles/by-writing-goal/get-published-sell-my-work/5-steps-to-book-publishing>>. Consultado a 07-03-2015
- TONG, S. (2008) *Spot on: The music of Braid*, Disponível em <http://www.gamespot.com/articles/spot-on-the-music-of-braid/1100-6197644/>> Consultado a 15-06-2012
- TRUFFAUT, F. (1954) *A certain tendency of the french cinema* – originalmente impresso em “cahiers du cinema” disponível em <http://www.newwavefilm.com/about/a-certain-tendency-of-french-cinema-truffaut.shtml>>. Consultado a 03-10-2015
- WALKER, J. (2014) *Davey Wreden & William Pugh: Life After The Stanley Parable*, Disponível em <http://www.rockpapershotgun.com/2014/03/28/davey-wreden-william-pugh-the-stanley-parable-interview/>>. Consultado a 25-03-2015
- WREDEN D. (2014) *game of the year*, Disponível em <http://www.galactic-cafe.com/2014/02/game-of-the-year/>> Consultado a 20-05-2014
- YOUNG, N & MISENER, D. (2011) *Repeat of Spark 126: Games as Art*, Disponível em <http://www.cbs.ca/spark/2010/repeat-of-spark>>. Consultado a 03-10-2014

- ZACHERL, A (2015) 9 Survival Strategies for Developers in Times of the Indiepocalypse, Disponível em
 <http://www.gamasutra.com/blogs/AlexanderZacherl/20150929/254790/9_Survival_Strategies_for_Developers_in_Times_of_the_Indiepocalypse.php>. Consultado a 19-01-2016
- ZAGALO, N. (2011) *Expressão nos Videojogos*, Disponível em:
 <<http://www.eurogamer.pt/articles/2011-10-01-expressao-nos-videojogos-artigo>>. Consultado a 20-05-2014
- ZAGALO, N. (2015) *A Narrativa nos Indies*, Disponível em:
 <<http://pt.ign.com/behind-media/22750/opinion/a-narrativa-nos-indies>>
 Consultado a 01-11-2015
- ZEKI, S. (1999) Capítulos 1-3 de *Inner Vision: An Exploration of Art and the Brain*, Oxford University Press, Disponível em
 <<http://www.cs.rutgers.edu/~decarlo/readings/zeki1-3.pdf>> Consultado a 03-11-2015
- CREATIVITY in Oxford Dictionaries, Disponível em
 <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/creativity?q=creativity>>
- CRIATIVIDADE in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015, Disponível em
 <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/criatividade>>
- INOVATION in Oxford Dictionaries, Disponível em
 <<http://www.oxforddictionaries.com/pt/defini%C3%A7%C3%A3o/ingl%C3%AAs/innovation>>
- INOVAÇÃO in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-08-05 12:12:33]. Disponível na Internet: <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/inovacao>>

ESTILO in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha].

Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-11-25 14:28:21].

Disponível na Internet: <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/estilo>>

STYLE in Oxford Dictionaries, Disponível em

<http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/style_1?q=style>

Páginas web citadas

BLURB <<http://blurb.com>>

E3 ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO <<http://www.e3expo.com>>

GAMASUTRA THE ART & BUSINESS OF MAKING GAMES
<<http://gamasutra.com/>>

GAME DEVELOPERS CONFERENCE (GDC) <<http://www.gdconf.com/>>

GAME RANKINGS <<http://gamerankings.com>>

THAT GAME COMPANY <<http://thatgamecompany.com/>>

IGF <<http://www.igf.com/02finalists.html>>

INDEPENDENT GAMES FESTIVAL <<http://igf.com>>

INDIE GAMES THE WEBLOG <<http://indiegames.com/>>

INDIECADE <<http://www.indiecade.com>>

METACRITIC <<http://www.metacritic.com>>

MINECON <<http://minecon.mojang.com/>>

SPORTACCORD <<http://www.sportaccord.com/>>

SUNDANCE FESTIVAL <<http://www.sundance.org/festival/>>

THE ART OF VIDEO GAMES EXHIBITION
<<http://americanart.si.edu/exhibitions/archive/2012/games/>>

UBI ART <<http://ubi-art.uk.ubi.com/about-ubiart/>>

UNITED BUSINESS MEDIA - UBM TECH <<http://tech.ubm.com/>>

VGChartz <<http://www.vgchartz.com/>>

ZEPTOLAB <<http://www.zeptolab.com/about/>>

Videojogos citados

140, Jeppe Carlsen, 2013

AMNESIA THE DARK DESCENT, Frictional Games ,2010

ANGRY BIRDS, Rovio Entertainment, 2009

ANTICHAMBER, Alexander Bruce, 2013

ASTEROIDS, ATARI, 1979

BATTLEFIELD 4, Electronic Arts, 2013

BEJEWLED, Popcap Games, 2001

BOTANICULA, Amanita Design, 2012

BRAID, Number None, 2008

BROKEN AGE, Double Fine, 2014

BRUTAL LEGEND, Double Fine, 2009

CANABALT, Adam Saltsman, 2009

CANDY CRUSH SAGA, King, 2012

CASTLE CRASHERS, The Behemoth, 2007

CAVE STORY, studio pixel, 2004

CHILD OF LIGHT, Ubisoft, 2014

CLOSURE, Eyebrow Interactive, 2012

COMPUTER SPACE, Nolan Bushnell, Ted Dabney, 1971

CONTRA, Konami, 1987

CUT THE ROPE, Zeptolab, 2010

DEAR ESTHER, The Chinese Room, 2012

DEVICE 6, Simogo, 2013

DIZZY: THE ULTIMATE ADVENTURE, Oliver Twins, 1987

DON'T LOOK BACK, Terry Cavanagh, 2009

DOOM, id Software, 1993

DUNGEON MASTER, FTL games, 1987

DYS4IA, Anna Anthropy, 2012

EARTHWORM JIM, Shiny Entertainment, 1994

FAR CRY 3, Ubisoft, 2012

FEZ, Polyton, 2012

FIFA International Soccer, Electronic Arts, 1993

FINAL FANTASY VII, Square Co., 1997

FLAPPY BIRD, Dong Nguyen, 2013

FLOW, That Game Company, 2006

FLOWER, That Game Company, 2012

FRUIT NINJA, Halfbrick Studios, 2010

GALAXY GAME, Bill Pitts, Hugh Tuck, 1971

GEARS OF WAR, Epic Games, 2006

GONE HOME, Fullbright, 2013

GRIM FANDANGO, Lucas Arts, 1998

GTA V, Rockstar Games, 2013

HALF LIFE, Valve L.L.C., 1998

HEAVY RAIN, Quantic Dream, 2010

HER STORY, Sam Barlow, 2015

ICO, Team Ico ,2001

JOURNEY, That Game Company, 2009

LEGEND OF GRIMROCK, Almost Human Ltd, 2012

LIMBO, Playdead, 2010

MASS EFFECT, Electronic Arts, 2008

MAVERICK BIRD, Terry Cavanagh, 2013

MAZE WAR, Steve Colley, 1974

METAL GEAR SOLID V: Phantom Pain, Konami, 2015

MINECRAFT, Mojang, 2009

MONACO, Pocketwatch Games, 2013

NARBACULAR DROP, Nuclear Monkey Software, 2005

NIDHOGG, Messhof, 2014

PASSAGE, Jason Rohrer, 2007

PIPE MANIA, The Assembly Line, 1991

PONG, ATARI, 1972

PORTAL, Valve, 2007

PRINCE OF PERSIA, Brøderbund, 1989

PRINCE OF PERSIA: SANDS OF TIME, Ubisoft, 2013

PUZZLE BOBBLE, Taito Corporation, 1994

Q.U.B.E, Toxic Games, 2011

QUAKE, id Software, 1996

RAYMAN LEGENDS, Ubisoft, 2013

REMEMBER ME, Capcom, 2013

SHADOW OF THE COLOSSUS, Team Ico, 2005

SLENDER: THE EIGHT PAGES, Parsec Productions, 2012

SPACE INVADERS, Taito, 1978

SPACEWAR!, Graetz, Russell, Wiitanen, 1962

SPASIM, Jim Bowery, 1974

SPELUNKY, Mossmouth, 2008

STANLEY PARABLE, Galactic Café, 2013

SUPER HEXAGON, Terry Cavanagh, 2012

SUPER MARIO BROS, Nintendo, 1985

SUPERBROTHERS: SWORD & SWORCERY EP, Superbrothers, 2011

TEARAWAY, Media Molecule, 2013

TENNIS FOR TWO, William Higinbotham, 1958

TETRIS, Alexey Pajitnov, 1984

THE BEGGINER'S GUIDE, The Begginer's Guide (Everything Unlimited Ltd), 2015

THE LAST OF US, Naughty Dog, 2013

THE WALKING DEAD, Telltale Games, 2012

THOMAS WAS ALONE, Mike Bithell, 2012

UNFINISHED SWAN, Giant Sparrow, 2012

VALIANT HEARTS: THE GREAT WAR, Ubisoft, 2014

WOLFENSTEIN 3D, id Software, 1992

WORLD OF GOO, 2D Boy, 2008

ZOMBIE SMASHER, Italy Games, 2013

Apêndices

Apêndice 1 – Inquérito Videojogos Independentes

Videojogos Independentes (ou indie)

Este Inquérito faz parte de uma investigação sobre videojogos independentes do programa de Doutoramento em Ciência e Tecnologia das Artes, Especialização em Arte Interactiva da Universidade Católica Portuguesa. O objectivo deste inquérito é avaliar a percepção das pessoas do que são videojogos indie e como os avaliam qualitativamente. É um inquérito composto por 31 perguntas e demora cerca de 15 minutos a responder. Agradecemos a vossa colaboração!

* Required

1. 0.1. Género *

Mark only one oval.

- ☐ masculino
☐ feminino

2. 0.2. Idade *

Mark only one oval.

- ☐ até 12 anos
☐ 12 a 17 anos
☐ 18 a 24 anos
☐ 25 a 34 anos
☐ 35 a 44 anos
☐ mais de 45 anos

3. 0.3. Com que regularidade joga videojogos? *

Mark only one oval.

- ☐ Todos os dias
☐ 2 ou 3 vezes por semana
☐ 1 vez por semana
☐ Ocasionalmente
☐ Nunca

4. 0.4. Que dispositivos usa para jogar? *

(Escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Computador pessoal
☐ Smartphone
☐ Tablet
☐ Consola
☐ Consola Portátil
☐ Other: _____

5. 1.1. Para si, quais das seguintes opções definem melhor um videogame indie? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Um videogame amador
- ☐ Um videogame feito por uma pessoa ou uma pequena equipa
- ☐ Um videogame com estética única
- ☐ Um videogame autoral
- ☐ Um videogame inovador
- ☐ Um videogame simples
- ☐ Um videogame artístico

6. 1.2. O que considera mais importante/característico num videogame indie? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ a jogabilidade
- ☐ a narrativa
- ☐ a estética
- ☐ o som
- ☐ a inovação

7. 1.3. Quem é o público-alvo dos videogames indie? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Crianças
- ☐ Jovens
- ☐ Adultos
- ☐ Pessoas do sexo masculino
- ☐ Pessoas do sexo feminino

8. 1.4. Quais são as principais plataformas para jogar videogames indie? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Computador pessoal
- ☐ Consola
- ☐ Consola portátil
- ☐ Smartphone
- ☐ Tablet
- ☐ Browser (online)

9. 2.1. Que género ou géneros associa a videojogos indie? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Acção
- ☐ Plataformas
- ☐ Estratégia
- ☐ RPG
- ☐ Aventura
- ☐ Puzzle
- ☐ Desporto
- ☐ Other: _____

10. 2.2. Que género ou géneros de videojogos prefere? *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ Acção
- ☐ Desporto
- ☐ Plataformas
- ☐ Estratégia
- ☐ Aventura
- ☐ Puzzle
- ☐ RPG
- ☐ Other: _____

11. 2.3. Em termos de jogabilidade os videojogos indie são *

Mark only one oval per row.

	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
mais apelativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais criativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais realistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais simples	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais complexos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. 2.4. Em termos de narrativa os videojogos indie são *

Mark only one oval per row.

	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
maioritariamente narrativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais intimistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais épicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais criativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais cinematográficos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. 3.1. Em termos estéticos os videojogos indie são: *

Mark only one oval per row.

	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
mais apelativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais criativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mais simples	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tecnicamente melhores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
esteticamente melhores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 3.2. Os estilos gráficos mais recorrentes em videojogos indie são: *

(escolha todas as opções que se apliquem)

Check all that apply.

- ☐ tendencialmente 3D
- ☐ cartoon
- ☐ abstrato
- ☐ tendencialmente 2D
- ☐ retro
- ☐ pintura ou desenho à mão
- ☐ realista

Untitled Page

15. 3.3.1. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. 3.3.2. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videogame retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videogame indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

17. 3.3.3. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videogame retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videogame indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



18. 3.3.4. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videogame retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videogame indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

19. 3.3.5. *

Mark only one oval per row.

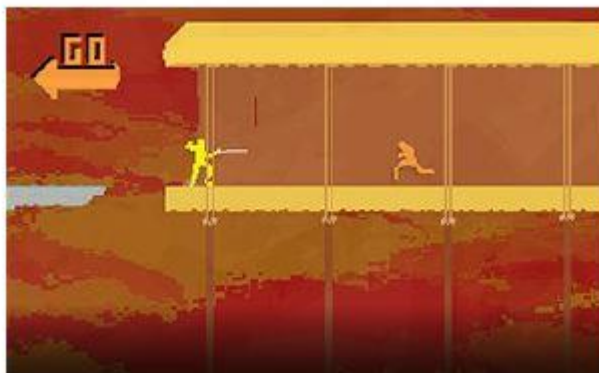
	sim	não	talvez
reconhece o videogame retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videogame indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



20. 3.3.6. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

21. 3.3.7. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

22. 3.3.8. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

23. 3.3.9. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



24. 3.3.10. *

Mark only one oval per row.

	sim	não	talvez
reconhece o videojogo retratado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
é um videojogo indie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gosta do seu estilo gráfico?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

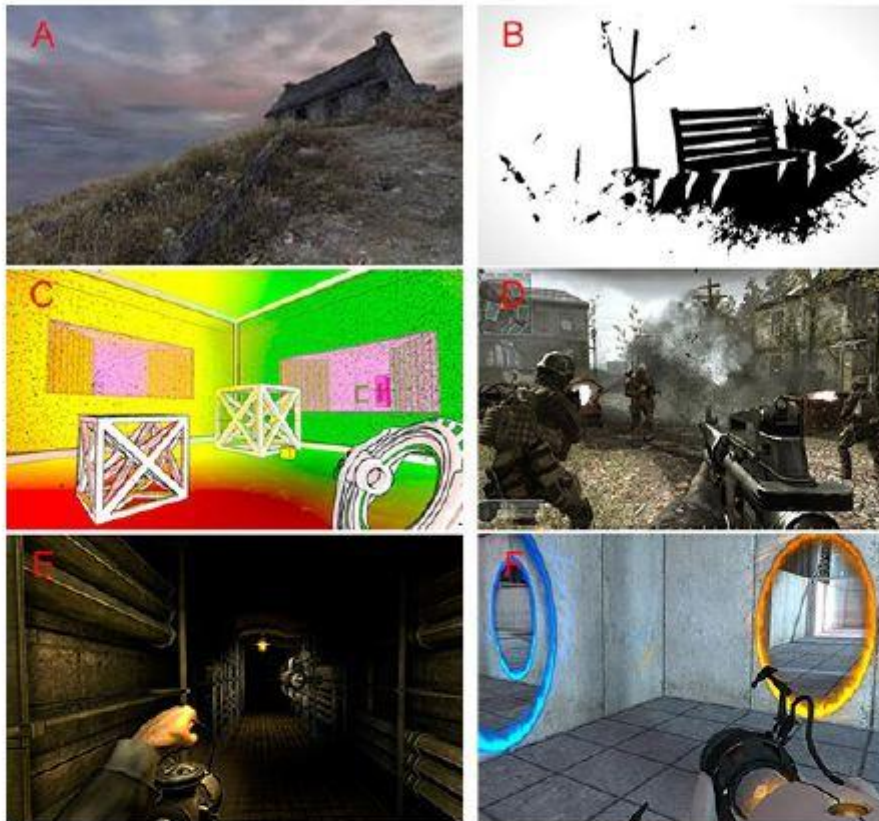


25. 3.4. Ordene os jogos de acordo com o interesse que lhe despertam *

"1" corresponde ao que teria mais interesse em jogar e "6" ao que teria menos interesse

Mark only one oval per row.

	1 (mais interesse)	2	3	4	5	6 (menos interesse)
A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



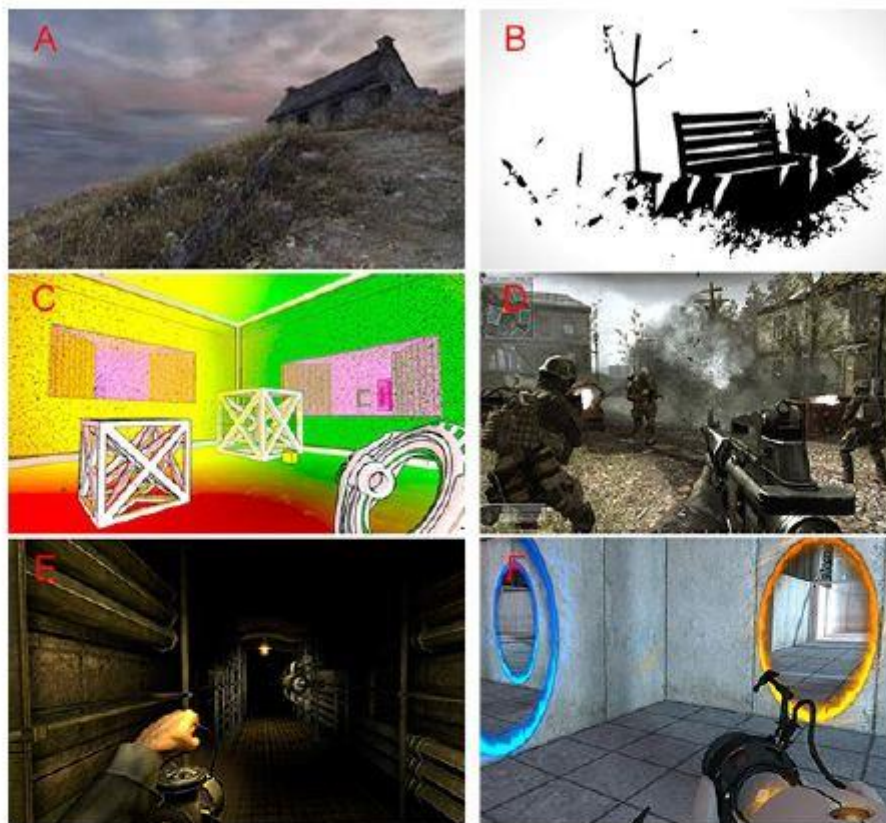
Untitled Page

26. 3.5. Ordene os jogos de acordo com a sua qualidade estética *

"1" corresponde a qual considera a melhor estética e 6 a "pior"

Mark only one oval per row.

	1 (o melhor)	2	3	4	5	6 (o pior)
A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

27. 3.6. Ordene os jogos de acordo com o interesse que lhe despertam *

"1" corresponde ao que teria mais interesse em jogar e "6" ao que teria menos interesse

Mark only one oval per row.

	1 (mais interesse)	2	3	4	5	6 (menos interesse)
A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

28. 3.7. Ordene os jogos de acordo com a sua qualidade estética *

"1" corresponde a qual considera a melhor estética e 6 a "pior"

Mark only one oval per row.

	1 (o melhor)	2	3	4	5	6 (o pior)
A	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Untitled Page

29. 4.1. Quem é o autor de um videojogo? *

Mark only one oval.

- ☐ Quem cria a sua estética
☐ Quem tem a ideia original do jogo
☐ Quem o programa
☐ Quem cria os níveis
☐ Quem escreve o argumento do jogo
☐ Other: _____

30. 4.2. Quais dos seguintes nomes reconhece e quais são criadores independentes? *

Mark only one oval per row.

	É indie	Não é indie	Não reconheço
Tim Schafer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jonathan Blow	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edmund McMillen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Markus Persson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hideo Kojima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shigeru Miyamoto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. 4.3. Escolhe os videojogos que joga de acordo com *

Mark only one oval per row.

	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
um jogo interessante por si só	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
um autor de videojogos que aprecio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
franchises que já conheço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
as críticas que vejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
um estúdio ou produtora que aprecio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Powered by
 Google Forms

Apêndice 2 –Inquérito de Comparação FPSs

Comparação FPS

Este breve questionário de escolha múltipla tem o objectivo de apurar a facilidade (ou não) de distinção entre vários FPS baseando-se apenas numa imagem. Não interessa que façam pesquisa para descobrir quais são os jogos mas sim que tentem identificá-los com base na vossa experiência actual.

1. 0. Jogas FPS (First Person Shooters)

Mark only one oval.

- ☐ Frequentemente
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Raramente
- ☐ Nunca

2. 1. O videojogo abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



3. 2. O videogame abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



4. 3. O videogame abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



5. 4. O videogame abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



6. 5. O videojogo abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



7. 6. O videojogo abaixo faz parte de que Franchise?

Escolhe uma das opções

Mark only one oval.

- ☐ Battlefield
- ☐ Brothers in Arms
- ☐ Call of Duty
- ☐ Crysis
- ☐ Far Cry
- ☐ Medal of Honor
- ☐ Outro
- ☐ Não sei



Powered by
 Google Forms

Apêndice 3 – Dados da análise ao Independent Games Festival (IGF)

Vencedor	Ano do Prêmio	Festival	jogo	País	Mecânica	Gênero	2D/3D	S/M player	Estética	PCs	Consolas	Móveis
	2015	IGF	80 DAYS	Inglaterra	Bird's eye	estratégia	2D	s/m	Cartoon			Moveis
	2015	IGF	Invisible, Inc.	Canada	Bird's eye	estratégia	2D	s	Cartoon	PCs		
	2015	IGF	Metamorphabet		point'n click	puzzle	3D	s	Cartoon	PCs		Moveis
sim	2015	IGF	Outer Wilds	EUA	FP	exploração	3D	s	Cartoon	PCs		
	2015	IGF	The Talos Principle	Croácia	FP	puzzle	3D	s	Realista	PCs	Consolas	
	2015	IGF	This War of Mine	Polónia	plataformas	puzzle	2D	s	Desenho à mão	PCs		Moveis
	2014	IGF	DEVICE 6	Suécia	point'n click	puzzle	2D	s	Mista			Moveis
	2014	IGF	Dominique Pamplémousse in "It's All Over Once the Fat Lady Sings!"	Canada	point'n click	puzzle	2D	s	Plasticina	PCs		Moveis
	2014	IGF	Don't Starve	Canada	Bird's eye	estratégia	2D	s	Desenho à mão	PCs	Consolas	
	2014	IGF	Jazzpunk	Canada	FP	aventura	3D	s	Cartoon	PCs		
sim	2014	IGF	Papers, Please	EUA	point'n click	simulação	2D	s	Retro	PCs		
	2014	IGF	The Stanley Parable	EUA	FP	puzzle	3D	s	Realista	PCs		
sim	2013	IGF	Cart Life	EUA	point'n click	simulação	2D	s	Retro	PCs		
	2013	IGF	FTL: Faster than Light	EUA	top down	simulação	2D	s	Retro	PCs		
	2013	IGF	Hotline Miami	Suécia	top down	acção	2D	s	Retro	PCs	Consolas	
	2013	IGF	Kentucky Route Zero	EUA	point'n click	aventura	3D	s	Retro	PCs		
	2013	IGF	Little Inferno	EUA	point'n click	Puzzle	2D	s	Cartoon	PCs	Consolas	Moveis
	2012	IGF	Dear Esther	Reino Unido	FP	exploração	3D	s	Realista	PCs		
sim	2012	IGF	Fez	Canada	plataformas	aventura	2D/3D	s	Retro	PCs	Consolas	
	2012	IGF	Frozen Synapse	EUA	top down	estratégia	3D	s/m	Abstracto	PCs		Moveis
	2012	IGF	Johann Sebastian Joust	Dinamarca	motion control	musical	NA	m	NA	PCs	Consolas	
	2012	IGF	Spelunky	EUA	plataformas	aventura	2D	s	Cartoon	PCs	Consolas	
	2011	IGF	Amnesia: The Dark Descent	Suécia	FP	aventura	3D	s	Realista	PCs		
	2011	IGF	Desktop Dungeons	Africa do Sul	top down	RPG	2D	s	retro	PCs		
sim	2011	IGF	Minecraft	Suécia	FP	sandbox	3D	s/m	Retro	PCs	Consolas	Moveis
	2011	IGF	Nidhogg	EUA	sidescrawler	acção	2D	m	Retro	PCs	Consolas	
	2011	IGF	SpyParty	EUA	FP / 3rd P	aventura	3D	m	Cartoon	PCs		
	2010	IGF	Joe Danger	Reino Unido	plataformas	acção	3D	s	Cartoon	PCs	Consolas	Moveis
sim	2010	IGF	Monaco	EUA	top down	acção	2D	s/m	Retro	PCs		

Vencedor	Ano do Prémio	Festival	jogo	País	Mecânica	Género	2D/3D	S/M player	Estética	PCs	Consolas	Móveis
	2010	IGF	Rocketbirds: Revolution!	Singapura	plataformas	acção	2D	s	Cartoon	PCs	Consolas	
	2010	IGF	Super Meat Boy!	EUA	plataformas	acção	2D	s	Retro	PCs	Consolas	
	2010	IGF	Trauma	Alemanha	point'n click	aventura	2D	s	Fotografia/Video	PCs		Moveis
sim	2009	IGF	Blueberry Garden	Suécia	point'n click	aventura	2D	s	Desenho à mão	PCs		
	2009	IGF	CarneyVale Showtime	Singapura	plataformas	aventura	2D	s	Cartoon		Consolas	
	2009	IGF	Dyson	Reino Unido	point'n click	estratégia	2D	s	Desenho à mão	PCs		
	2009	IGF	Night Game	EUA	plataformas	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs	Consolas	
	2009	IGF	Osmos	Canada	point'n click	puzzle	2D	s	Abstracto	PCs		Moveis
	2008	IGF	Audiosurf	EUA	ritmo	acção	3D	s/m	Retro	PCs		
sim	2008	IGF	Crayon Physics Deluxe	Finlandia	physics	puzzle	2D	s	Desenho à mão	PCs		Moveis
	2008	IGF	Hammerfall	Russia	physics	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs		
	2008	IGF	Noitu Love 2: Devolution	Suécia	plataformas	acção	2D		Cartoon	PCs		
	2008	IGF	World of Goo	EUA	physics	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs	Consolas	Moveis
sim	2007	IGF	Aquaria	EUA	plataformas	aventura	2D	s	Desenho à mão	PCs		
	2007	IGF	Armadillo Run	Canada	physics	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs		
	2007	IGF	Bang! Howdy	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	m		PCs		
	2007	IGF	Everyday Shooter	Canada	top down	acção	2D	s	Abstracto	PCs	Consolas	
	2007	IGF	Roboblitz	EUA	physics	aventura	3D	s	Cartoon	PCs	Consolas	
sim	2006	IGF	Darwinia	Reino Unido	shooter	acção	3D	s/m	Abstracto	PCs		
	2006	IGF	Dofus	França	Bird's eye	estratégia	2D	m	Cartoon	PCs		
	2006	IGF	Professor Fizzwizzle	Canada	plataformas	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs		Moveis
	2006	IGF	Weird Worlds: Return To Infinite Space	EUA	top down	estratégia	2D	s	Cartoon	PCs		Moveis
	2006	IGF	Wildlife Tycoon: Venture Africa	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	s	Realista	PCs		
	2005	IGF	Alien Hominid	EUA	sidescrawler	acção	2D	s/m	Cartoon	PCs	Consolas	
	2005	IGF	Dark Horizons Lore	EUA	FP	acção	3D	m	Realista	PCs		
sim	2005	IGF	Gish	EUA	plataformas	aventura	2D	s	Cartoon	PCs		
	2005	IGF	Hyperbol	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Cartoon	PCs		
	2005	IGF	Kisses	EUA	no info							
	2005	IGF	Legion Arena	Reino Unido	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2005	IGF	Protöthea	Argentina	top down	acção	3D	s	Cartoon	PCs	Consolas	

Vencedor	Ano do Prémio	Festival	jogo	País	Mecânica	Género	2D/3D	S/M player	Estética	PCs	Consolas	Móveis
	2005	IGF	Steer Madness	Canada	3rd P	aventura	3D	s	Cartoon	PCs		
	2005	IGF	Supremacy: Four Paths To Power	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Cartoon	PCs		
	2005	IGF	War! Age of Imperialism	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2004	IGF	acmi {{park}}	Australia	3rd P	exploração	3D	m	Cartoon	PCs		
	2004	IGF	Anito: Defend A Land Enraged	Filipinas	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2004	IGF	Bontago	EUA	Bird's eye	Puzzle	3D	s/m	Abstracto	PCs		
	2004	IGF	Facade	EUA	point'n click	simulação	3D	s	Cartoon	PCs		
	2004	IGF	Fashion Cents	EUA	point'n click	simulação	2D	s	Cartoon	PCs		
	2004	IGF	Fuzzee Teevee	EUA	no info							
sim	2004	IGF	Savage: The Battle for Newerth	EUA	FP	acção	3D	m	Realista	PCs		
	2004	IGF	Spartan	Reino Unido	no info							
	2004	IGF	Starshatter	EUA	FP	simulação	3D	s	Realista	PCs		
	2004	IGF	Take Command: 1861 The Civil War	EUA	Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2003	IGF	BaseGolf	EUA	no info							
	2003	IGF	Furcadia	EUA	Bird's eye	RPG	2D	m	Cartoon	PCs		
	2003	IGF	Mr. Bigshot	EUA	point'n click	simulação	2D	s	Cartoon	PCs		
	2003	IGF	Pontifex 2	EUA	physics	simulação	3D	s	Cartoon	PCs		
	2003	IGF	Reiner Knizia's Samurai	EUA	top down	estratégia	2D	s	Cartoon	PCs		
	2003	IGF	Strange Adventures In Infinite Space	EUA	top down	aventura	2D	s	Cartoon	PCs		
	2003	IGF	Teenage Lawnmower	Japão	3rd P	aventura	3D	s	Realista	PCs		
	2003	IGF	Terraformers	EUA	FP	aventura	3D			PCs		
sim	2003	IGF	Wild Earth	EUA	FP	exploração	3D	s	Realista	PCs	Consolas	
	2003	IGF	Word Ninja					m		PCs		
	2002	IGF	Ace of Angels	EUA	3rd P	exploração	3D	s	Realista	PCs		
sim	2002	IGF	Bad Milk		point'n click	puzzle	2D	s	Fotografia/Video	PCs		
	2002	IGF	Banja Taiyo		point'n click	aventura	2D	s	Cartoon	PCs		
	2002	IGF	Championship Euchre		point'n click	cartas	2D	s/m	Cartoon	PCs		
	2002	IGF	The Egg Files	EUA	3rd P	aventura	3D	s	Cartoon	PCs		
	2002	IGF	Insaniquarium		point'n click	puzzle	2D	s	Cartoon	PCs		

Vencedor	Ano do Prémio	Festival	jogo	País	Mecânica	Género	2D/3D	S/M player	Estética	PCs	Consolas	Móveis
	2002	IGF	Kung Fu Chess		point'n click	puzzle	2D	m	Cartoon	PCs		
	2002	IGF	Pencil Whipped		FP	acção	3D	s	Desenho à mão	PCs		
	2002	IGF	Static							PCs		
	2002	IGF	World Dance							PCs		
	2001	IGF	Archmage: Stabat Mater		3rd P	RPG	3D	s/m	Realista	PCs		
	2001	IGF	Chase Ace 2		top down	acção	2D	s	Cartoon	PCs		
	2001	IGF	Hardwood Spades	EUA	point'n click	cartas	2D	s/m	Cartoon	PCs		
	2001	IGF	Hostile Space		top down	estratégia	2D	s/m	Cartoon	PCs		
	2001	IGF	IronSquad							PCs		
	2001	IGF	SabreWing		FP	acção	3D	m	Realista	PCs		
sim	2001	IGF	Shattered Galaxy		Bird's eye	estratégia	2D	m	Realista	PCs		
	2001	IGF	Strifeshadow		Bird's eye	estratégia	2D	s/m	Cartoon	PCs		
	2001	IGF	Takeda		Bird's eye	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2001	IGF	Virtual U		Bird's eye	simulação	2D	s	Cartoon	PCs		
	2000	IGF	Blix		point'n click	Puzzle	2D	s	Abstracto	PCs		
	2000	IGF	Hardwood Hearts	EUA	point'n click	cartas	2D	s/m	Cartoon	PCs		
	2000	IGF	King of Dragon Pass		point'n click	estratégia	2D	s	Desenho à mão	PCs		
	2000	IGF	Moonshine Runners		3rd P	acção	3D	s/m	Cartoon	PCs		
	2000	IGF	Quaternion							PCs		
	2000	IGF	The Rift (Far Gate)		3rd P	estratégia	3D	s/m	Realista	PCs		
	2000	IGF	Rogue Wars	EUA	Bird's eye	estratégia	2D	s/m	Realista	PCs		
	2000	IGF	Seed							PCs		
sim	2000	IGF	Tread Marks	EUA	3rd P	acção	3D	s/m	Realista	PCs		
	1999	IGF	Acidia							PCs		
	1999	IGF	Boobies							PCs		
	1999	IGF	BFRIS Zero-Gravity Fighter Combat		FP	acção	3D	s	Realista	PCs		
	1999	IGF	Crime Cities		FP	acção	3D	s	Realista	PCs		
	1999	IGF	EverNight		point'n click	estratégia	3D	m	Realista	PCs		
sim	1999	IGF	Fire and Darkness		Bird's eye	estratégia	3D	m	Realista	PCs		
	1999	IGF	Flagship: Champion							PCs		
	1999	IGF	Food Chain		Top Down	estratégia	2D	s	Cartoon	PCs		
	1999	IGF	Journey Into The Brain		point'n click	aventura	2D	s	Desenho à mão	PCs		
	1999	IGF	Mind Rover		3rd P	acção	3D	s	Realista	PCs		
	1999	IGF	Resurrection							PCs		
	1999	IGF	Seed							PCs		
	1999	IGF	Sleights							PCs		
	1999	IGF	Terminus		3rd P	RPG	3D	s/m	Realista	PCs		
	1999	IGF	V.D.							PCs		

Apêndice 4 – Artigo Quem Faz jogos em Portugal?

Disponível em <http://revistapushstart.com/2015/01/23/quem-faz-jogos-em-portugal/>

Quem faz jogos em Portugal?

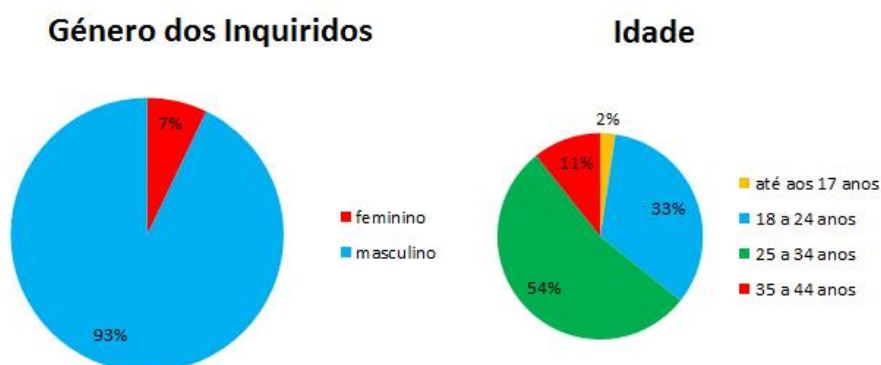
Publicado em 23 January 2015, por Joao Sousa - Categorizado em Especial0



Um perfil estatístico da *indústria* portuguesa

Além de escrever para a PUSHSTART tenho os meus próprios projectos no desenvolvimento de videojogos e estou a fazer uma tese de Doutoramento sobre o mesmo tema. Por todas essas razões comecei a ficar curioso sobre quem faz jogos em Portugal. Sendo um meio pequeno, as pessoas começam a conhecer-se todas e eventos como o Microsoft Game Dev Camp e a Lisboa Games Week ajudam a esse facto. Mas, verdade seja dita, não há muita informação sobre quem são estas pessoas e quem faz o quê. Decidi então tomar a iniciativa de fazer uma breve análise estatística com o objectivo de perceber o panorama português actual no desenvolvimento de videojogos. O inquérito foi distribuído através de dois grupos de Facebook, o *PT Game Developers*, e *GAMEDEV.PT*, e daí resultaram 84 questionários respondidos dos quais detalharei os resultados de seguida.

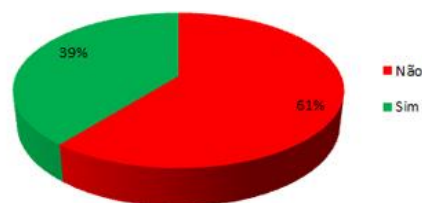
Nas primeiras questões de enquadramento dos inquiridos percebe-se que o universo de desenvolvimento de videojogos por terras lusas é maioritariamente masculino com 93% contra 7% feminino. Por outro lado, em termos de idades, a maior parte de *desenvolvedores* (é urgente arranjar um termo mais agradável para definir isto) tem entre 25 a 35 anos, seguindo-se da faixa dos 18 a 24 anos. O segmento de mais de 35 anos mostra uma clara diminuição e a faixa mais jovem, até aos 17 anos, é compreensivelmente pouco expressiva.



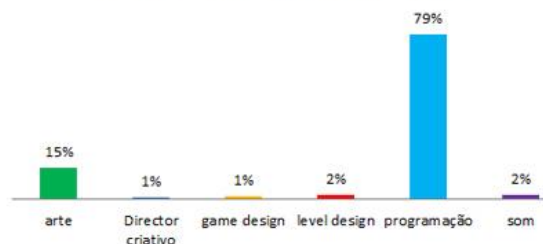
Fiquei agradavelmente surpreendido com o ponto no qual questionei “o desenvolvimento de videojogos é a sua actividade profissional exclusiva?” pois, apesar da maior percentagem de 61% ter respondido que não, 39% responde afirmativamente o que é um número maior do que imaginava existir. Isso mostra que é possível sobreviver desta área no nosso país, algo que confirmei posteriormente na minha presença na Lisboa Games Week ao conhecer estúdios como a Biodroid, Wingz Studios, Awesome e Immersive Douro. Igualmente surpreendentes são as respostas ao ponto seguinte “Qual é a sua área de trabalho dentro do desenvolvimento de videojogos?” sendo que 79% respondeu “programação” e apenas 15% arte, sendo que as restantes som, *game design*, *level design* e director criativo são praticamente inexistentes. Não me admira que os programadores estejam mais agarrados aos seus PCs e tenham sido mais numerosos na resposta ao inquérito mas certamente há por aí mais artistas a fazer videojogos e, se não há, aqui está uma boa oportunidade de colaboração/trabalho. Outros cargos importantes como o som, *game* e *level design* parecem ser negligenciados ou feitos de forma algo secundária por especialistas noutras tarefas. Posso dizer por

experiência própria que estas áreas não são fáceis e que saber programar ou desenhar não significa que se seja bom a criar um jogo ou nível interessante, por isso aqui estão campos em que será interessante que surjam profissionais competentes.

O desenvolvimento de videojogos é a sua actividade profissional exclusiva?



Qual é a sua área de trabalho no desenvolvimento de videojogos?

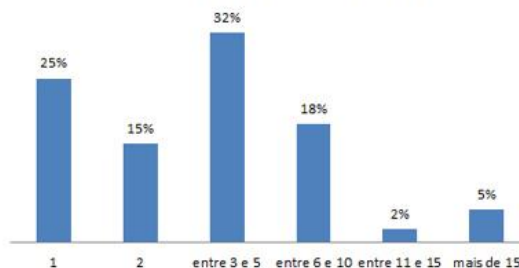


Em relação ao vínculo profissional ao estúdio/empresa a maior percentagem (35%) não tem um vínculo por assim dizer, são projectos dos tempos livres. Os restantes são sócios/proprietários, o que é compreensível dada a dimensão supostamente diminuta dos estúdios portugueses onde não se pode falar de indústria por assim dizer, mas basicamente num aglomerado de estúdios *indie*. Ainda assim já existem alguns colaboradores a tempo inteiro e, em menor medida, colaboradores a tempo parcial e *freelancers*. Ainda na estrutura dos estúdios 32% são equipas de 3 a 5 pessoas e 25% são uns solitários criadores individuais. Apenas um total de 7% diz pertencer a equipas de mais de 10 pessoas, mas devo referir o exemplo dos nossos colegas da Biodroid que têm um número bastante impressionante de mais de 40 colaboradores.

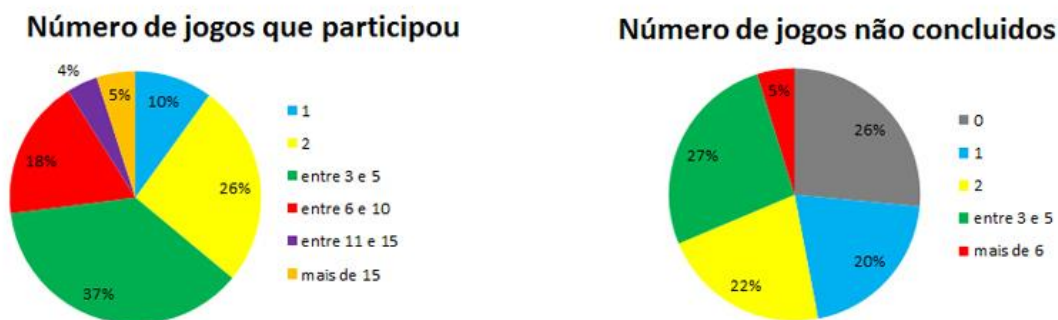
Vínculo no estúdio



Número de Colaboradores

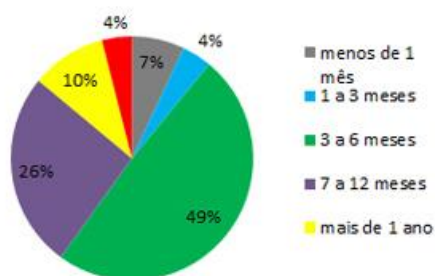


Quanto a conteúdos, 37% dos inquiridos afirmam ter feito parte do desenvolvimento de 3 a 5 jogos (incluindo projectos actualmente em vigor e outros abandonados). Seguem-se 26% que desenvolveram apenas 2 jogos, mas uns respeitáveis 18% fizeram entre 6 e 10. Mas então quantos desses projectos ficaram por concluir? Ora na questão seguinte verificamos que a percentagem de inquiridos que não deixaram nenhum jogo a meio é praticamente igual à dos que deixaram entre 3 e 5 jogos. Lá perto andam também os que deixaram 1 ou 2 jogos a meio o que mostra que é uma área na qual é relativamente frequente haver algum insucesso ou desmotivação que leva a que os projectos sejam abandonados antes da sua conclusão.

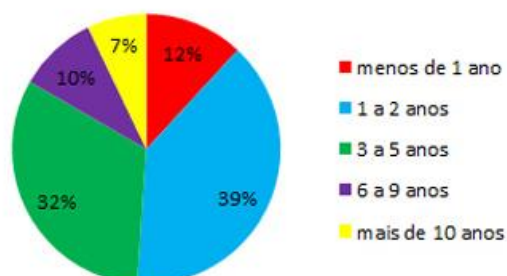


Em termos de tempo de desenvolvimento médio de videojogos prevalece o espaço entre 3 a 6 meses seguindo-se os 7 a 12 meses, o que mostra que são projectos relativamente curtos, com um tempo adequado à escala/complexidade do que tem vindo a ser desenvolvido. Apenas 10% referem um tempo e desenvolvimento de mais de 1 ano e 4% de mais de 2. Já que falo de tempo é importante referir também que 39% dos inquiridos revelam fazer jogos há 1 ou 2 anos e 32% entre 3 e 5 anos. Isto denota uma série de gente muito jovem na área e com muito espaço para evoluir. Por outro lado, apenas 7% trabalham em videojogos há mais de 10 anos.

Tempo médio de desenvolvimento

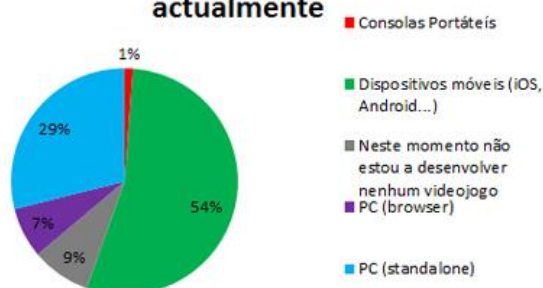


Tempo na área



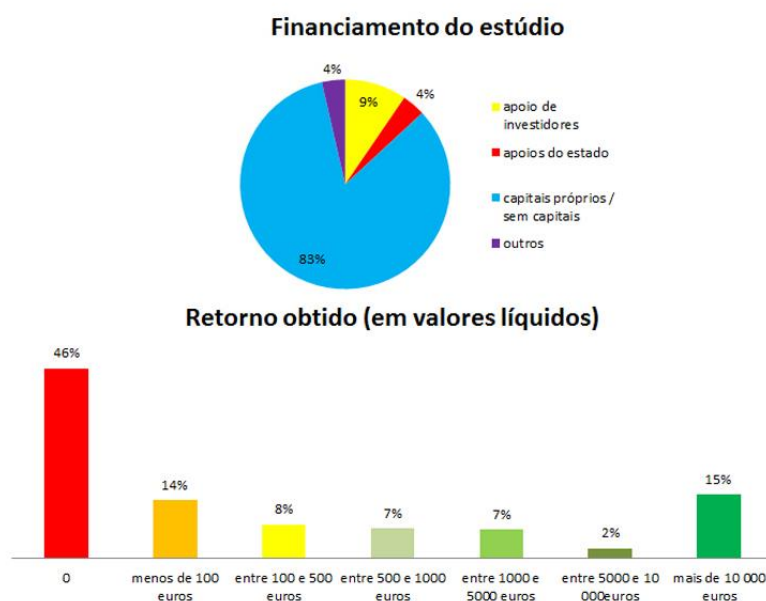
Neste momento 54% dos criadores portugueses estão a desenvolver jogos para plataformas móveis o que não é de estranhar devido à facilidade de disponibilizar conteúdo nas lojas como Google Play, App Store e Windows Store. Por outro lado, a maior parte da gente no mundo que quer iniciar-se nesta indústria pensa a mesma coisa daí essas lojas serem completamente inundadas de conteúdo com todos os tipos de qualidade e tornar-se muito difícil dar nas vistas. Por outro lado, 29% estão a desenvolver para PC sendo que vários jogos portugueses estão à espera de aceitação no *Greenlight* da Steam (parabéns aos que já conseguiram!).

Para que dispositivos desenvolve actualmente



Apesar desta área viver muito de “paixões” é também algo em que se perde muito tempo e, quando se chega a uma certa fase da vida, tempo e dinheiro são factores muito importantes. 83% dos inquiridos desenvolve os seus jogos a partir de capitais próprios ou sem capitais o que por um lado mostra que é possível sobreviver (pelo menos algum tempo) sem apoios externos mas deixa

um pouco a dúvida se realmente há retorno ou se é algo que recompensa mais a alma que o bolso. Quanto a isso e infelizmente, os últimos dados que tenho para relevar são um pouco assustadores. 46% dos criadores portugueses afirmam simplesmente não ter ganho nada com os seus videojogos e apenas 15% fizeram mais de 10 000€ líquidos resultantes de vendas/publicidade.



Claro que temos que ter em atenção que isto tudo são dados estatísticos e provavelmente se várias pessoas, que por uma razão ou outra não responderam a este inquérito o tivessem feito, certamente que alguns destes dados poderiam mudar um pouco. Mas temos que guiar-nos pelos dados que conseguimos recolher e o meu obrigado a todos os que contribuíram para este pequeno artigo com as suas respostas, comentários e até críticas.

O panorama pode não parecer o mais animador mas quero acabar este texto com uma mensagem de esperança. A meu ver o desenvolvimento de videojogos em Portugal está a ter uma explosão em que muita gente tem vontade de criar as suas coisas e dá-las a conhecer ao mundo. Temos muito o problema de não ter como divulgar o nosso trabalho tanto no nosso país como lá fora e isso provavelmente levará a que muitos desistam pelo caminho. Devemos ajudar-nos uns aos outros, partilhar experiências e promover-nos uns aos outros pois sozinhos a coisa é bem mais difícil.

Para os resistentes a mensagem que eu quero passar é que se as oportunidades para seguir este sonho são poucas então temos mesmo que aproveitá-las para fazer os jogos que realmente queremos fazer tendo, é claro, noção da nossa escala e limitações. Com certeza que não vamos ser, num futuro próximo, competição directa para a Ubisoft, Activision e outros que tais, mas somos basicamente *indies*, como outros que já se saíram bem pelo mundo fora. Estamos por nossa conta mas também fazemos o que queremos, então, aproveitemos para dar o nosso melhor, sejamos arrojados e criativos, se queremos ir longe há que marcar a diferença.

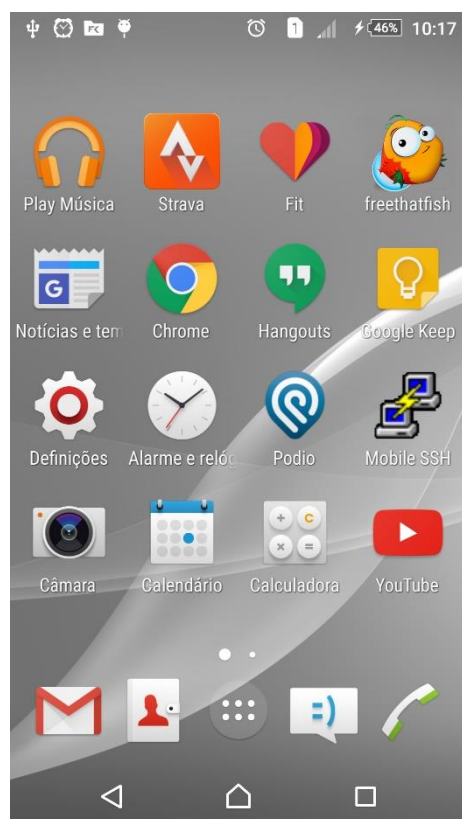
Apêndice 5 – Desenvolvimento Free that Fish



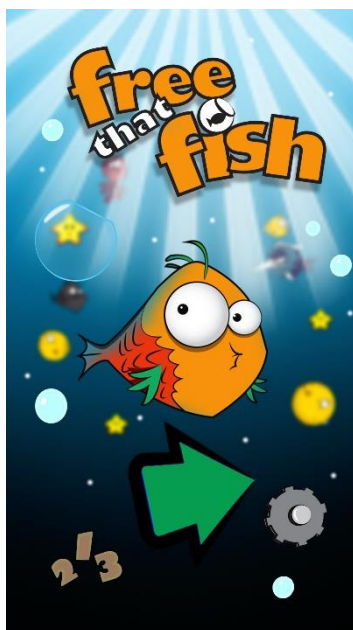
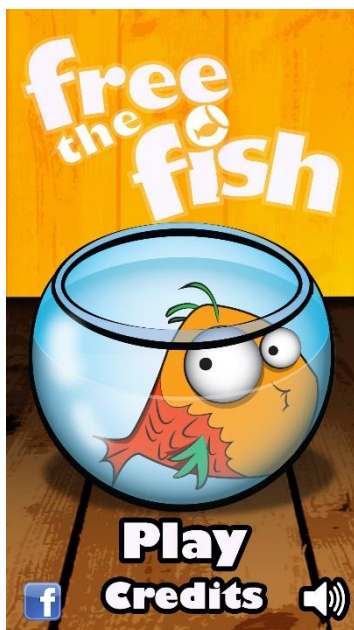
FtF – Icon do jogo - Esboço



FtF – Icon do jogo - Final



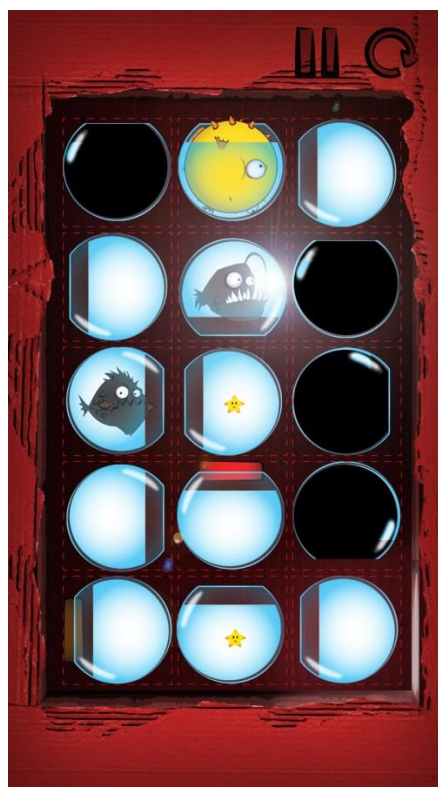
Inserção do Icon de FtF no sistema operativo Android



Evolução do ecrã de entrada de Free that Fish



Personagens de Free that Fish



Evolução visual da jogabilidade de Free that Fish



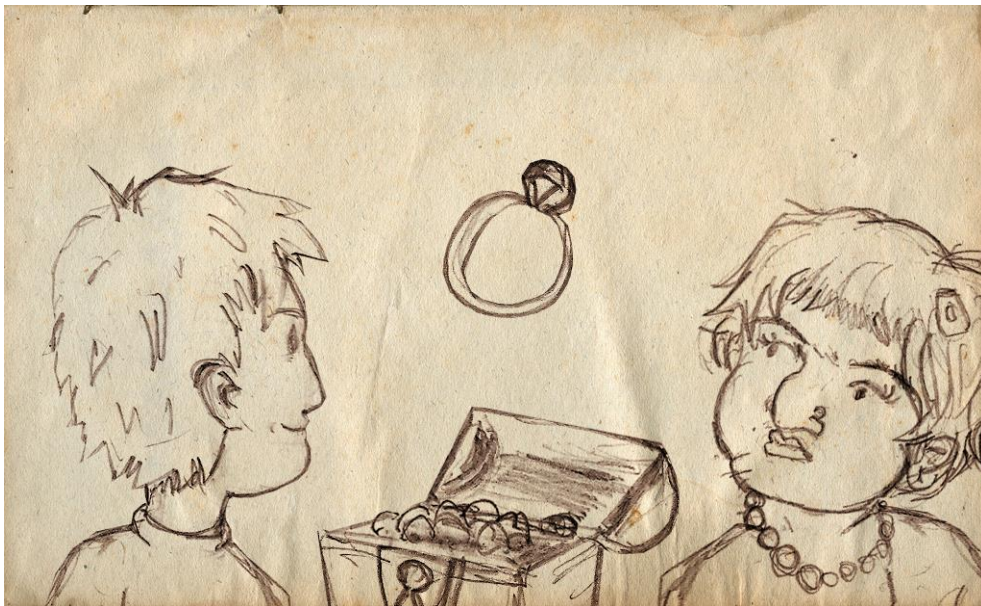
Ecrãs de *Game Over* de Free that Fish

Apêndice 6 – Lots of Guts – Game Design Document

STORY

Edmund is a young adventurer in the quest of a lost treasure chest, the one that contains the perfect ring to ask Rose to marry him. But he was not the only one to have that idea. Even though Rose is not the most beautiful girl in the world, somehow, she has other guys, a girl, a dog and even gods that want to marry her.

Lots of Guts is a bloody party game about surviving random generated dungeons full of traps, being the fastest player to get to the perfect ring the one who conquers Rose's heart.



CONCEPT

There's only a simple input that moves the main character one step forward each time so the player must be careful to only move when it is secure. In that cautious run to the goal the players can interfere with each other by using power-ups, that can give them advantage, making the other players have a hard time advancing. There are different characters, levels and game modes from 1 to 8 players.



OPPORTUNITIES

This concept screams out a full Couch Party Experience, bringing back the oldies “Vigilant eight”, “Power Stone” and most lately, “BUZZ” and “eye-Toy”. Right Now, scrolling the PlayStation Game Store you’ll find a very limited number of options. We see this as a clear OPPORTUNITY, and we’re committed to create a new Landmark.

FEEL

The game has a simple base gameplay that’s well suited to let players from all skill sets to immediately pick up and play making it really a fun Party Game especially locally, in a *couch party* feel. It’s a great game to trash talk and have fun moments together with groups of friends. It’s also a fun game for playing online with live transmission and competitions. There’s also a single player campaign with fun challenges and the game supports Playstation Trophies.

CONTROLS

The player controls his character through a single input that makes the character move (jump) one step. Catching Power Ups that randomly appear in the levels allow the player to choose which opponent he wants to penalize by selecting the players color in the controller. This game was originally planned having the Playstation Buzz Controllers in mind as they are the more direct, intuitive and fun way to play in this kind of couch party game dynamic. However, this version is playable with almost all Playstation Controllers, along with mobile devices:

- Playstation Buzz controllers**

- Dualshock 4** (player identification through the controller Led color)

-**Playstation Move** (player identification through the controller Led color).Choose the opponents to penalize through pointing Move to the desirable screen area

-**Mobile App** (that replicates the Buzz controller in a tablet or phone)

-**Playstation VITA** (has as additional controller or as specific controller of *God Like Jealous Guy* mode)



GAME MODES

Story Mode (Single Player)

The hero travels from place to place trying to find the chest that contains the perfect ring for Rose. Finishing each level he finds out a treasure chest that opens revealing a girl inside that says: “sorry but this is not Roses chest!.” He goes in a journey through the strangest places till he realizes that the ring Rose wants is on sale in a Shopping Mall (last level)

- 24 levels divided in 8 different Worlds adding new gameplay mechanics
- The Story is told by comic book style graphical segments.



The Mystery of what's after step nr 100 (Single Player) – 100 steps gets the player to a closed door with a note “the key is on step nr. 1”. The player needs to play the level (without losing) in reverse, get the key and then return for the step nr 100. When he finally opens the door he finds Rose. This mode is only unlocked after finishing the Story Mode.

Survival (Single Player) – Random generated infinite levels till player dies

Normal difficulty: hard but not impossible

Insane difficulty: Blades in “every step”

Survival (Multi Player) – Last player standing wins

Duel (2 Players Local or Online) - Head to Head run

Death Match (3-8 Players Local or Online) – Multiplayer run

2x2 (4players) - 2 Players collaborate with each other to be the fastest duo

Shuffle Mess (4 Players) – The colors of the players will randomly change so the players will need to quickly exchange controllers or continue playing in the new screen position.



God Like (1 to 4 Players + 1 God Player in PS VITA controlling the traps) – a player controls all the traps trying to avoid any player to reach the goal. The other players only have 3 lives to finish the level.

Tournament – online tournament in 5 rounds in which players battle till there's a winner

GAME FLOW

The game starts with the base game modes unlocked:

Story Mode, Death Match, God Like and Tournament.

By playing the base modes the players can unlock the other modes: The Mystery of what's after step nr 100, Survival, Duel, 2x2, Shuffle Mess.

By playing the Story Mode new Trophies and new Words will be unlocked that can be used in the other game modes.

Lazy Edition – Alternative game edition with all modes, characters and multiplayer levels unlocked as well as a special Lazy Guts Trophy (but some of the other unlockable trophies are not available in this version).

POWER-UPS

Although there are specific power-ups based in the selected world there are 4 other Power-Ups available in every multiplayer levels:

Lights Off (turns lights of to a player during 5 Seconds)

Reverse Walk (makes a player do 5 steps in reverse direction)

Instant Death (kills a player instantly but reveals who has done it)

Shield (protects a player from injury for 10 seconds)



GAMEPLAY STATS

Local and Online Leaderboards and Playstation Trophies support based on:

- Story Mode achievements
- Number of Victories
- Number of Deaths
- Number of Kills
- Number of Flawless Victories

-Best Times

GAME CUSTOMIZATION

Gore on / off

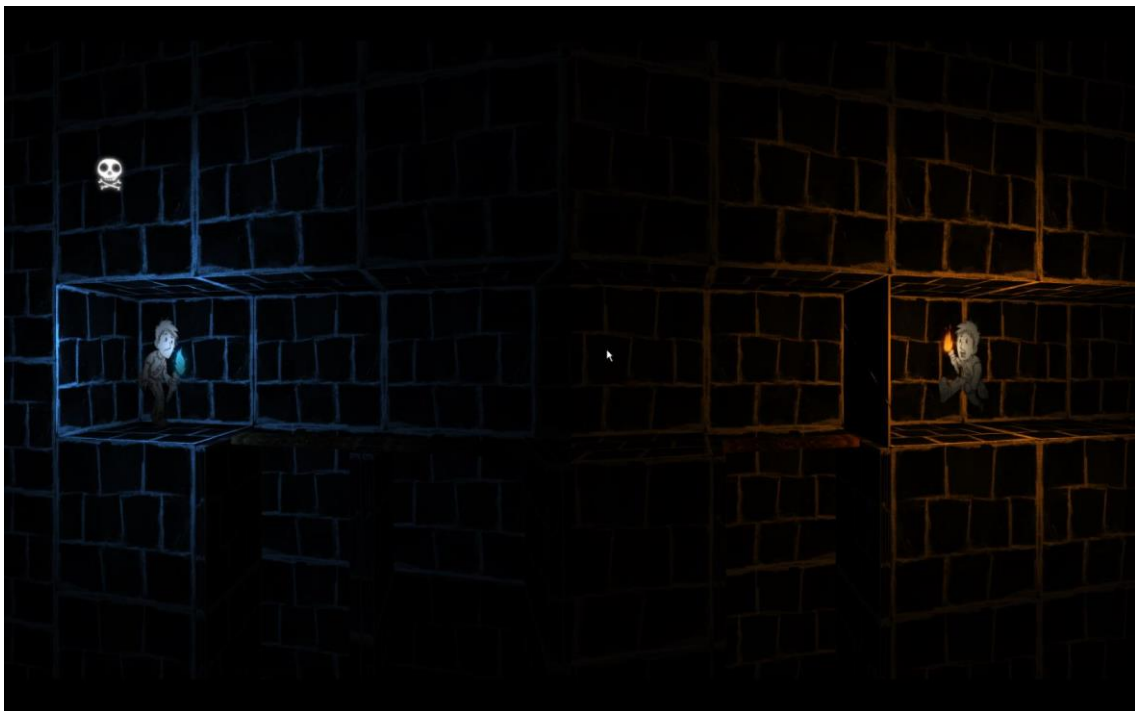
Number of matches

Number of steps in challenges

Power-up frequency

AESTHETICS

The game has a hand drawn look / sketch look projected into a 3D perspective and enhanced by dynamic lighting. Although it's technically simple it has, at the same time, a quite distinct looking aesthetic. The use of this kind of graphics aims to appeal to a more adult audience that would not be so interested in playing party games.



GAME INFO

Platform: PLAYSTATION 4 / PLAYSTATION VITA

Genre: Arcade / Party Game

Nr of Players: 1 to 8 (Local or Online); Share Play Support

Target Audience: 12 to 40

Apêndice 7 – Desenvolvimento de On the Memory Lane



Apresentação

Aventura *Point 'n Click* com um *twist* em que cada “nível” mais do que apenas um espaço é uma sequência temporal animada com a qual podemos interagir fotograma a fotograma.

O jogo não terá uma perspectiva fixa, cada nível é como um plano de um filme animado e deve-se aproveitar o potencial do mesmo visto que a jogabilidade realça e valoriza a observação de cada fotograma.

O objectivo é quebrar a sequência infinita (*loop*), descobrir o que está errado. A chave para quebrar cada *loop* consiste em encontrar e corrigir algo que esteja desenquadrado no decorrer da acção ou num fotograma específico e não tanto no espaço físico por si só

Conceito base:

Dentro da mente dum idoso que sofre de demência, reviveremos e “corrigiremos” várias memórias desordenadas que se encontram bloqueadas em *loops* dentro de si mesmas.

O jogo começa com uma cena cinemática (não interactiva) do protagonista em primeira pessoa na qual percebe-se que está sobressaltado, debatendo-se como que em defesa contra uma série de vultos que não consegue identificar. Com foco nos olhos do protagonista passamos para dentro da sua mente e a jogabilidade tem início.



O jogo é composto por uma série de sequências narrativas curtas que correspondem a memórias vividas pelo personagem. A ordem das mesmas não é necessariamente cronológica e, cada uma delas, torna-se um *loop* que o jogador deverá quebrar para avançar na ação.

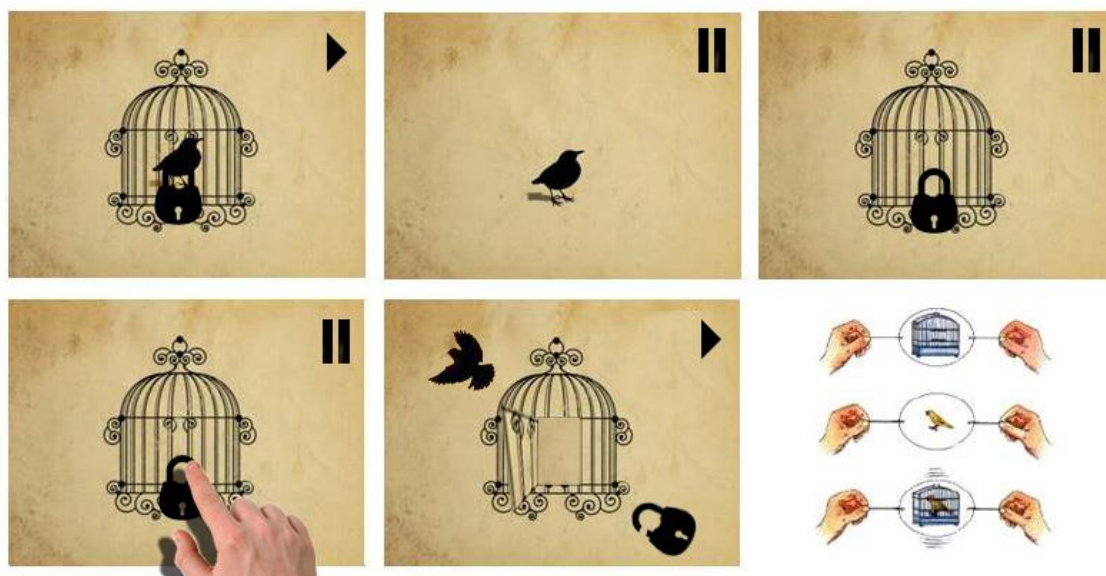


Cada nível/memória inicial deverá ser composto por um só plano em *loop* mas é possível alguns níveis retractarem uma memória composta por mais do que um plano.

Ao longo dos níveis a demência do personagem leva a que as memórias sejam cada vez mais deterioradas/irreais o que leva a uma liberdade criativa em termos da arte / cenários e jogabilidade ainda maior.

Nos níveis finais o nível de demência é tão elevado que o personagem já nem tem consciência de si próprio e, por isso, não aparece representado no ecrã.

PUZZLE EXEMPLO 1 - TUTORIAL:



Apenas 2 frames:

Frame 1: pássaro fora da gaiola Frame 2-gaiola vazia.

Deixando em andamento (*loop*) temos a ilusão do pássaro estar preso dentro da gaiola mas se pararmos e abrirmos a gaiola, assim que voltarmos ao modo de reprodução o passaro voará iniciando uma nova sequência

PUZZLE EXEMPLO 2:

Loop – O protagonista está num comboio a olhar pela janela e tem um homem sentado ao seu lado a ler o jornal. A paisagem visível pelas janelas repete-se infinitamente. Nota-se ao fundo a porta da carruagem a abanar um pouco mas pára (como se alguém tivesse tentado entrar mas tivesse desistido) porque está uma mala pesada à frente da porta bloqueando-a.

Hipótese 1 - Toca-se na mala para sair da frente da porta desbloqueando-a. Entra uma mulher na carruagem e senta-se num lugar vago mais trás mas a personagem principal nem repara nela.

Hipótese 2 - Se tocarmos na janela abrimo-la e o vento faz com que o jornal comece a abanar muito, incomodando o homem que, com ar zangado, sai do seu lugar e vai para o outro lugar mais atrás. Quando entra a mulher, procura um lugar disponível e senta-se junto ao personagem por ser este o único lugar vago. O personagem repara nela e nota-se uma troca de olhares de empatia entre os dois.

